

ANÁLISE COMPARATIVA DOS RELATÓRIOS DE EVENTOS DO MUNICÍPIO DE BONITO – MS

Flávio dos Santos del Padre
Tamiris Faria da Silva
Danieli Souza de Oliveira
Prof. Orientador: Bruno de Souza Lima

Resumo: Considerando o aspecto sazonal do turismo, os destinos turísticos buscam recorrentemente estratégias que possibilitem a mitigação do baixo fluxo turístico em períodos de baixa temporada. Dentre tais estratégias, a promoção de eventos surgem como uma dessas ferramentas, muito utilizada no município de Bonito-MS. Neste sentido, a presente pesquisa se propõe a apresentar uma avaliação comparativa dos relatórios disponibilizados pelo Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul e o *Convention & Visitours Boreau* referentes aos eventos realizados nos últimos anos em Bonito-MS. Como principais resultados podemos apontar a importância do *Convention & Visitours Boreau* para promover o aumento do fluxo turístico através da divulgação e realização dos eventos, que facilitam a movimentação do público de modo geral. Através das análises conclui-se que, a realização dos eventos em Bonito é de grande importância pois, atingem toda a cadeia do turismo trazendo benefícios para a comunidade e para a economia local. Podendo contribuir com o poder público, as análises desenvolvidas possibilitam visualizar em que âmbitos devem haver melhoria para que haja ainda mais retorno para a economia da cidade.

Palavras-chaves: Turismo; *Convention & Visitours Boreau*; Sazonalidade Turística;

Abstract: Considering the seasonal aspect of tourism, tourist destinations constantly seek strategies that enable the mitigation of low tourist flow in periods of low season. Among such strategies, the promotion of events appears as one of these tools, widely used in the municipality of Bonito-MS. In this sense, this research proposes to present a comparative evaluation of the reports made available by the Observatory of Tourism of Mato Grosso do Sul and the *Convention & Visitours Boreau* referring to the events held in the last years in Bonito-MS. As main results we can point out the importance of the *Convention & Visitours Boreau* to promote the increase of the tourist flow through the dissemination and realization of the events, that facilitate the movement of the public in general. Through the analysis it is concluded that the events in Bonito are of great importance because they affect the entire tourism chain, bringing benefits to the community and the local economy. Being able to contribute to the public power, the analyzes developed make it possible to see in which areas there should be improvement so that there is even more return to the city's economy.

Keywords: Tourism; *Boreau Convention & Visitours*; Tourist Seasonality;

INTRODUÇÃO

O setor de eventos pode ser considerado um importante nicho na movimentação turística de Bonito-MS, uma vez que, movidos pela atratividade natural do município, o *Convetion Boreau* trabalha cada vez mais na captação de eventos que permeiam diferentes segmentos. Além da captação dos eventos, o *Convention Boreau* atua ainda disponibilizando relatórios de avaliação dos eventos realizados em Bonito – MS, os quais podem ser utilizados para pensar em estratégias para a atração de fluxos turísticos e na organização de eventos futuros.

A referida investigação tem como premissa desenvolver uma avaliação comparativa dos relatórios disponibilizados pelo Observatório do Turismo de MS e o Bonito *Convention Boreau* referentes aos eventos realizados nos últimos anos em Bonito -MS. Objetiva-se propor reflexões acerca dos referidos eventos, seu grau de atração de públicos de diferentes cidades/ estados/ países, a capacidade de movimentação do trade turístico e as divisas deixadas no município.

REFERENCIAL TEÓRICO

Turismo de eventos e negócios;

O turismo, importante setor econômico voltado para a prestação de serviços, vê-se cada vez mais abarcado por uma grande gama de segmentos, os quais vislumbram atender aos mais diferentes anseios por parte daqueles que viajam, ou seja, os turistas/visitantes.

Dentre várias segmentações do turismo, dois elementos se destacam: o turismo de negócios, que se trata do deslocamento temporário de pessoas, com fins lucrativos, e o turismo de eventos, que tem como base o deslocamento de pessoas, também temporário, para eventos em meios técnicos, culturais e científicos. Segundo o Ministério do Turismo (2006), turismo de negócios e eventos compreende “o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesses profissionais, associativos, institucionais, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”. Hoje, o Brasil vem se posicionando, tanto como um destino para a efetivação de negócios, como para a realização em eventos.

A proposta da temática "negócios" e "eventos" surgiu a partir do cruzamento de objetivos e interesses que requerem as mesmas exigências e estruturas em comum, ou seja, em muitos casos, os negócios são abarcados na realização de eventos, e que podem aglutinar e atrair públicos de diferentes regiões e, conseqüentemente, proporcionar fluxos de turistas/visitantes para um determinado destino. Sobre este segmento, Albuquerque (2004, p. 20) cita que “O turismo de evento é uma área muito ampla e diversificada que traz junto a ela inúmeras interações e troca de informações de uma determinada área e isto fortifica os meios culturais e as relações sociais e comerciais”.

Para os profissionais que trabalham na área do turismo de eventos, é importante sempre ter em mente criações inovadoras para atrair sua demanda, bem como requer

atenção a etapa de planejamento. Além disso, é importante pensar no efeito multiplicador que os eventos podem causar, uma vez que, não se trata apenas de agradar o seu público, mas também, incorporar divisas para o local receptor, divulgar a atração e mover a produtividade do destino.

Os eventos não acontecem espontaneamente ou isoladamente, e resultam de um complexo processo de planejamento que vai, desde o conhecimento ou da busca da expectativa do futuro participante e do futuro expectador, se for o caso, até a sua plena satisfação. Por ter um grande potencial de informações nacionais e internacionais, esse segmento é desenvolvido com a intenção de ampliar muitos setores econômicos do turismo. Sobre o surgimento dos eventos, Albuquerque (2004, p. 22) descreve que:

Segundo pesquisas e pontuações feitas, não há como certificar datas ou episódios que definam a história dos primeiros eventos e cerimoniais, já que para uns, o primeiro evento foi a Santa Ceia, e outros, já consideram as marcas deixadas pelos primitivos relacionadas à rituais religiosos e comemorações. Devido as pessoas já se reunirem por algum motivo, houve a necessidade da criação de normas e padrões para esses encontros, o que já se torna um evento por suas características.

Nesta concepção, é possível observar registros de eventos em diferentes períodos históricos e em diferentes culturas espalhadas ao longo do globo terrestre. No Brasil, o cerimonial já se destacava com a presença do rei de Portugal, D. João VI, que trouxe consigo muitos hábitos, que de fato eram totalmente diferentes dos brasileiros, mas que foram incorporados aos poucos.

O turismo de negócios e eventos apresenta características peculiares, dentre elas, a oportunidade de equacionamento de períodos sazonais, a alta rentabilidade, uma vez que, o turista desse segmento apresenta maior gasto médio em relação ao turista de lazer, a probabilidade de interiorização da atividade turística, o uso de infraestrutura e serviços de elevado padrão de qualidade, o aumento da arrecadação de impostos, a contribuição para o crescimento dos negócios locais por conta do intercâmbio comercial e empresarial, o desenvolvimento científico e tecnológico devido à participação de profissionais especializados e equipamentos de última geração, a disseminação de novas técnicas e conhecimentos, a motivação ocasionada, e a regeneração de áreas urbanas. Desta forma, são necessárias ações que contribuam para o aumento das qualificações da oferta turística para desenvolver estes segmentos do Turismo no país.

Eventos, quando comparado a outro setor no Brasil, ainda é muito recente, tendo seu auge na década de 1990. Com o grande crescimento desse segmento houve uma

euforia para promover e organizar eventos, sendo até considerada oficialmente uma profissão. Porém com o crescimento elevado e não havendo uma preparação específica, o setor sofreu efeitos negativos, como por exemplo, eventos de má qualidade e com falta de infraestrutura. Mudanças foram feitas, principalmente em relação ao comportamento de consumo dos brasileiros, onde passaram a acompanhar o que mudou e as novas tendências, obrigando as empresas a repensar suas ofertas de produtos para se diferenciarem dos concorrentes. Atualmente os consumidores buscam indicações de produtos e serviços entre amigos, saindo de linha a tendência de informações indiretas, como comerciais e anúncios, surgindo assim um novo tipo de evento de mercado: o evento de relacionamento.

Com aumento da concorrência as empresas passaram a repensar uma série de fatores, buscando mais estruturas e tecnologias, na qual, promotores de eventos foram obrigados a criar novos mecanismos para apresentar um bom resultado nos negócios gerados no curto e no médio espaço de tempo.

Considerando a importância dos eventos para desenvolver fluxos turísticos, muitos destinos tem dado cada vez mais atenção para este segmento, buscando nele alternativa para aumentar sua demanda e, conseqüentemente, dar maior rotatividade em suas ofertas turísticas. No destino turístico de Bonito-MS esta premissa não é diferente, uma vez que, é crescente o interesse na realização de eventos de diversas temáticas a fim de alavancar seu fluxo turístico.

Eventos e sazonalidade turística;

Cada vez mais, os eventos vêm ganhando espaço no cotidiano das pessoas, sejam quais forem as temáticas dos eventos: negócios, esportivos, religiosos, sociais, científicos, lazer/recreação, dentre outras possibilidades. Considerando tal importância, no turismo, os eventos tem contribuído diretamente no aumento dos fluxos de turistas e visitantes nos destinos.

Para Melo Neto (1999, p.18) "É por meio da participação em eventos, que o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, desenvolve o seu senso crítico, aprimora suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade" (apud COUTINHO E COUTINHO, 2007, p.2). E como resultado, o turismo se torna importante, pois, com

os eventos acaba tendo um deslocamento de pessoas para outras cidades, fortalecendo a economia local e cultural.

O mercado turístico é composto por dois componentes, sendo eles a demanda e a oferta. São duas formas dinâmicas que proporcionam ao indivíduo aproveitar da diversidade que o mercado oferece. De acordo com a visão de Wahab (1991, p.131), “no mercado, a oferta turística envolve tudo que o destino proporciona e tem a oferecer aos turistas”. Já na ideia de Lage (2000, p.26), “a demanda turística é a quantidade de bens e serviços turísticos que os consumidores desejam e que estejam de acordo com o seu bolso”.

A demanda está relacionada com o planejamento do turista, que passa a ser influenciado pelos elementos econômicos, culturais, físicos e outros. Segundo o conceito de alguns autores, a sazonalidade é considerada no turismo de forma que se manifesta na concentração do fluxo de um certo período do ano e no outro o fluxo não é tão alto, sendo definida também como uma atividade frágil. Para Foletto e Vargas (2016, p.1), “a sazonalidade é considerada como um grande problema a ser enfrentado no turismo dentro dos destinos do país”. Sabendo que esses impactos afetam diretamente distintas áreas de um destino (PEGG; PATTERSON; GARIDDO, 2012), a variação de público durante o ano pode provocar o encerramento de muitas atividades, ocorrendo mudanças que afetam o mercado.

De uma forma ou de outra, a sazonalidade confere grande instabilidade ao setor turístico e tem vindo a causar diversos problemas econômicos e sociais. As flutuações de mercado geram sobretudo impactos ao nível econômico (oscilações de preço e viabilidade financeira), sociocultural (empregabilidade e alterações na estrutura organizacional) e ambiental (segurança e poluição). Diversos estudos de caso apontam múltiplos efeitos negativos da sazonalidade e suas repercussões no desenvolvimento local, com uma forte tendência de destaque para os impactos econômicos, nomeadamente no que respeita à necessidade de sustentação do negócio a partir da atividade em época alta (JANG, 2004; KASTENHOLZ E ALMEIDA, 2008; Lee, et al., 2008; CANNAS, 2012).

Acerca da sazonalidade, o destino Bonito – MS é permeado por tal fenômeno, uma vez que, nos períodos de baixa temporada (ligados principalmente aos períodos em que a temperatura diminui significativamente) a demanda turística diminui. Dentro desta concepção, a realização de eventos pode ser considerada como uma alternativa a tais quedas na demanda e, conseqüentemente, auxiliando na atração de turistas/visitantes para o destino durante estes períodos.

Convention's & Visitors Bureau e a captação de eventos;

No segmento do turismo de eventos, algumas organizações são criadas com o intuito de promover e organizar a captação de eventos para nos destinos turísticos, as quais podem ser denominadas *Convention's & Visitors Bureau*. De acordo com Marques, (2013, p. 355) as organizações relacionadas com a gestão dos destinos englobam funções e competências governamentais e funcionais, geralmente realizadas pelo setor público, com relação a organização, planejamento e controle das atividades. O objetivo existente nesse processo tem a ideia de criar diversidades para o mercado, que possam satisfazer os diversos segmentos e também trazer a obtenção de lucros e desenvolvimento econômico sem ter a necessidade de mudar a identidade de um local.

A origem dos *Convention & Visitors Bureau* remonta ao final do século XIX em Detroit, Estados Unidos. Nesta ocasião, um grupo de hoteleiros resolveu se unir para promover a localidade como destino apropriado para atração de convenções. A ideia da união partiu da provocação de um jornalista recém-chegado à cidade, Milton Carmichel, que publicou um artigo na imprensa local incitando a pró- atividade dos empresários para busca de eventos. Inicia- se a partir deste momento, a multiplicação de C&VBx por todo o mundo.

No Brasil, a Confederação Brasileira dos *Convention & Visitors Bureau* registra, no ano de 2009, a existência de mais de 120 instituições espalhadas em todas as unidades da federação, sempre tendo por objetivo principal o aumento do fluxo turístico através da promoção de atração para turistas de negócios e eventos, e em alguns casos, de turistas de lazer (SCHULER, Vaniza de Lima; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt, 2012, p.4).

Os C&VBx, são organizações que não têm lucratividade, cuja intenção é trabalhar no desenvolvimento e na melhoria dos eventos. São organizações formadas por empresas que buscam o desenvolvimento das atividades turísticas, na qual, só possuem resultados sendo trabalhado em grupos, por isso se tornam uma cooperativa, com a participação de indústrias, comércios, órgãos governamentais e outros, que têm a mesma finalidade: a de ajudar a vender a cidade (ANDRADE, J., 2002; GOIDANICH E MOLETTA, 2003; BRITTO E FONTES, 2002).

De acordo com Andrade, R. (2002) os C&VBx são divididos em três categorias:

Instituidores- que são as entidades empresariais com peso político e que contribuem com suporte institucional para o seu patrimônio inicial.

Mantenedores- que são as empresas e entidades que fazem contribuições periódicas para a manutenção das atividades do C&VB.

Estrutura funcional- que é constituída de um Conselho Curador (instituidores e mantenedores que discutem e aprovam políticas e programas de atuação C&VB e fiscalizam as operações), de um Diretoria Executiva (que executa

projetos de acordo com os programas e com a política aprovada pelo Conselho Curador) e um Conselho Fiscal (que emite parecer sobre a prestação de contas).

Durante toda a renovação do turismo pode se destacar o peso da cadeia produtiva do turismo de negócios, onde se avança com um deslocamento de ideias em volta de *Convention & Visitors Bureau*, lazer e entretenimento para à área de economia. Agindo para a captação de eventos, os conventions impactam não somente nas atividades ligadas ao turismo, mas também, em serviços auxiliares em eventos. Porém, baseados nos princípios originais, os CVB'S devem priorizar o apoio às captações, não liderar o processo, afinal é o convention que é o especialista de eventos na cidade em infraestrutura. Sendo uma ferramenta, o convention busca defender determinado destino e mostrar sua capacidade para atender todas as exigências da entidade promotora. Além disso, os conventions não devem ficar retidos às empresas do chamado trade turístico mas compreender a abrangência de tal atividade (CARVALHO, Rui, 2019).

Por ser um processo de captação de eventos entre os promotores de eventos e empresas relacionadas ao turismo como hotéis, restaurantes, agências de viagem, dentre outros, o C&VBx controla a qualidade do serviço prestado tentando atingir a satisfação do turista (CAMELO, Priscila Medeiros; DE ARRUDA LINHARES, Thereza Vânia Cartaxo; COSTA, Ewerton Reubens Coelho, 2014, p. 130).

Considerando o destino Bonito-MS, compreende-se que seu *Convention Visitor Bureau* (criado no ano de 2005) possui papel fundamental no suporte da relação oferta x demanda, uma vez que, tendo em vista que Bonito-MS possui períodos bem delimitados de alta e baixa temporada, o convention atua de maneira direta no combate a sazonalidade dos períodos de baixa temporada, auxiliando na captação e organização de eventos realizados no município.

Observatórios de turismo e seu papel na avaliação turística nos destinos;

Buscar um desenvolvimento de um destino turístico com qualidade requer algumas estratégias de planejamento, dentre elas, faz-se necessária a construção, atualização e acompanhamento de uma sólida base de dados, a qual pode ser composta por documentos, formulários, relatórios de desempenho, dentre outros.

Cada vez mais, torna-se a mais fácil a coleta e organização de tais dados, uma vez que, que o advento da tecnologia, a sistematização de informações encontra-se cada vez mais facilitada. As mudanças ocorridas em todo âmbito da sociedade vêm por conta das

excessivas fontes de informações trazidas pela tecnologia e esse modo predomina em toda atividade exercida pelo ser humano. “A internet está presente em quase toda atividade, o sistema turístico então, deu a internet o papel de transmitir informações relacionadas a este setor, e como é distribuída também a forma como são planejadas as viagens” (BUHALIS; LAW, 2008).

“Atualmente, nas “webs sites de mídias sociais”, existem muitas páginas criadas para expor opiniões, comentários e até mesmo experiências dos consumidores do turismo, e estes são vistos como informações para futuros consumidores que se interessam nas experiências turísticas” (XIANG; GRETZEL, 2010).

A comunicação é um meio de ligação, seja ela cultural ou social, é uma forma de identificar as línguas faladas. De acordo com Beuren (1998, p.41) “a informação criou uma nova dinâmica nos ambientes organizacionais, fazendo com que os acontecimentos dentro desses ambientes forcem uma mudança constante na estratégia empresarial”.

O Brasil tem um grande interesse em quem vem fazer turismo no país pelas grandes riquezas naturais e culturais. O governo implantou gestão públicas em que o Ministério do Turismo permite que cada município, da forma correta, contribua para o desenvolvimento, gerando postos de trabalhos distribuição de renda e inclusão social. Além disso destaca-se a relevância da realização de estudos e submetem as tomadas de decisões, pesquisas sobre ofertas e demandas turísticas, a satisfação dos visitantes, ou oportunidade de investimento na área e o impacto gerado pelo turismo na região (SANTOS, Giovana Natalie Carvalho; INÁCIO, Jaqueline Borges, 2018, p. 289).

Atualmente, conceito de observatório vai além da ciência da astronomia, pois se tem assuntos relacionados à inovação, publicações, educação pesquisas e estatísticas de turismo e hotelaria, na qual, são realizadas pesquisas, registros e gerenciamento de resultados como instrumento de planejamento e gestão estratégica. O turismo público serve para planejar, implantar e gerenciar as políticas públicas na perspectiva de chegar e conseguir alcançar e acompanhar as metas que estão ali. Nesse entendimento, o observatório de turismo passa a ser uma ferramenta da ciência da informação, que quando devidamente usado, melhora os processos de gestão pública e das organizações do sistema turístico. (NOVAES, Marlene Huebes; FEITOZA, Dayanny Pires de Olveira, 2014, p. 6).

Neste contexto, os observatórios de turismo, espalhados nos mais diversos destinos, tem contribuído fundamentalmente na organização de dados, principalmente no que tange a pesquisas e relatórios de satisfação dos turistas. Dentre tais abordagens, nota-se empenho na coleta de informações acerca da estadia dos turistas nos destinos, qualidade de serviços, diversidade da oferta turística, preços, fluxos em baixa e alta temporada, movimentação de turistas em função de eventos, dentre outras informações.

Nesse sentido, o papel desempenhado pelo observatório do turismo e eventos de Bonito (criado em 2015) e o observatório do turismo de Mato Grosso do Sul (implantado em 2017) é de suma importância para a execução do presente trabalho, uma vez que, por meio dos relatórios de eventos realizados em Bonito – MS, disponibilizados pelos observatórios, será possível vislumbrar o cenário do referido destino turístico, identificando tendências, possibilitando a percepção da cadeia produtiva turística, bem como permitindo prospectar análises e considerações sobre cenários futuros do setor de eventos em Bonito – MS.

METODOLOGIA

Pesquisa de abordagem quantitativa, de caráter descritivo, a ser realizada através de análises de dados sobre Bonito – MS. Serão analisados 11 relatórios de eventos realizados em Bonito – MS. Não serão utilizados relatórios referentes aos fluxos turísticos em feriados. Os relatórios foram obtidos através dos observatórios de turismo de Mato Grosso do Sul e do município de Bonito.

Pesquisa teórica sobre os temas centrais que envolvem a problemática; análise dos relatórios através da organização dos números apresentados; construção comparativa dos números apresentados pelos relatórios utilizando o software Excel a partir da construção de gráficos sínteses; análises e discussões referentes aos gráficos síntese.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

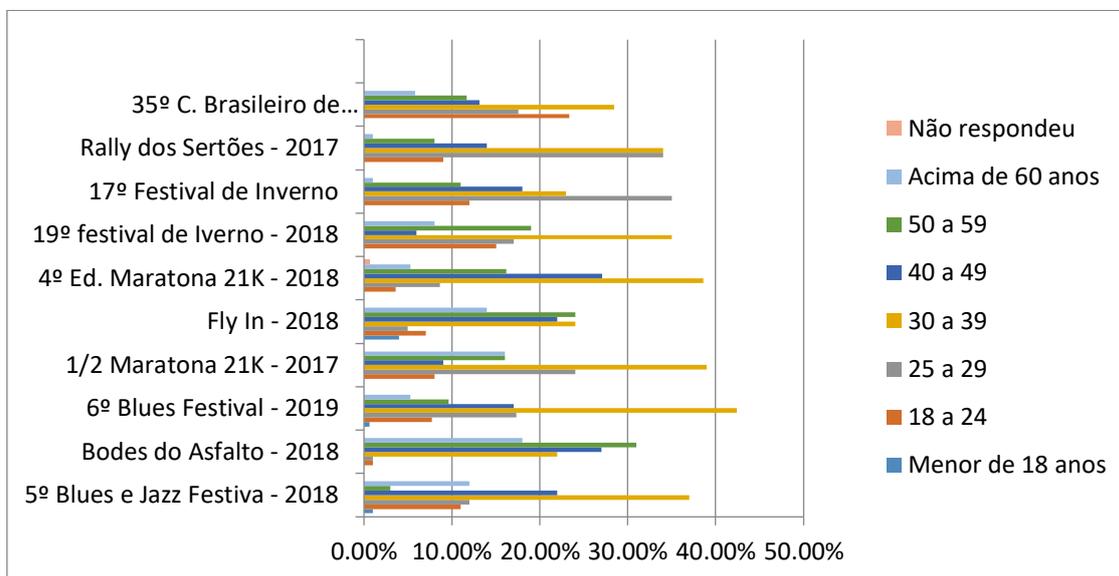
Considerando as informações coletadas e analisadas nos relatórios disponibilizados pelos observatórios de turismo de Mato Grosso do Sul e de Bonito, apresenta-se a seguir os resultados e discussões acerca dos dados comparativos de eventos realizados em Bonito – MS entre os anos de 2016 e 2019.

Observando a faixa etária (figura 1) dos turistas nos eventos foi possível analisar que 30 a 39 anos é a que apresenta o maior percentual, tendo o 6º Blues Festival – 2019 como destaque. A relação dos eventos com as idades pode estar ligada com o trabalho do *Convention* e com o trabalho de *marketing* na divulgação desses eventos.

Considerando as idades em destaque, é notado a possibilidade do aumento do fluxo em Bonito/MS, visto que, esse público se envolve ainda mais quando é divulgado

nesses eventos outros elementos do meio turístico, como atrativos, hotéis, restaurantes etc.

Gráfico 01- Idade dos visitantes dos visitantes nos eventos



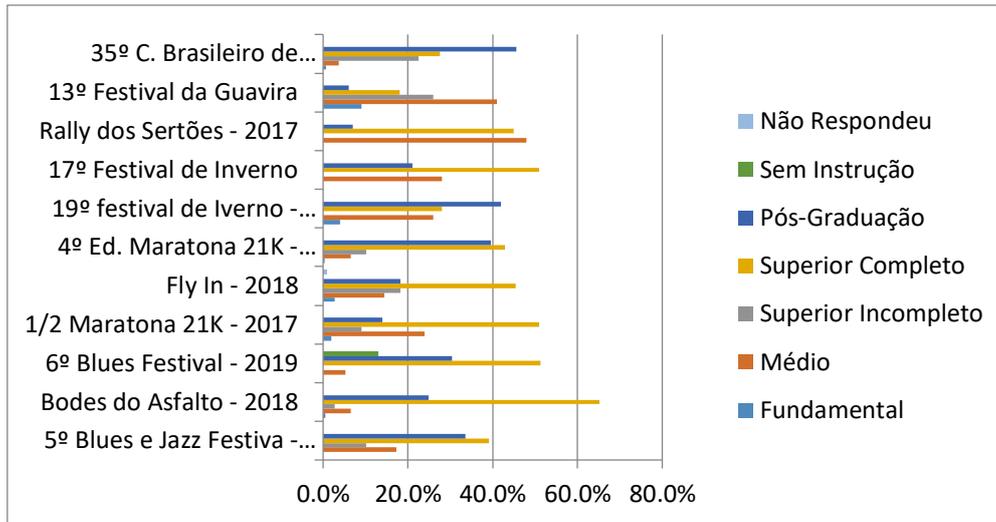
Fonte: Elaborado pelos autores

É importante ressaltar que o 13º Festival de Guavira não foi apresentado pois não houve consistência de dados.

Considerando o grau de instrução dos turistas (gráfico - 01), pôde ser notado que com exceção do 13º Festival da Guavira, os demais apresentam uma média maior de ensino superior, dentre eles superior completo e pós-graduação. Isto pode estar relacionado aos tipos de eventos proporcionados no município, como os congressos, por exemplo.

O papel do *Convention Visitors Bureau* é o que facilita a movimentação desse público nos atrativos e em outros componentes da cidade, tendo em vista a divulgação que promove o aumento do fluxo turístico de modo geral.

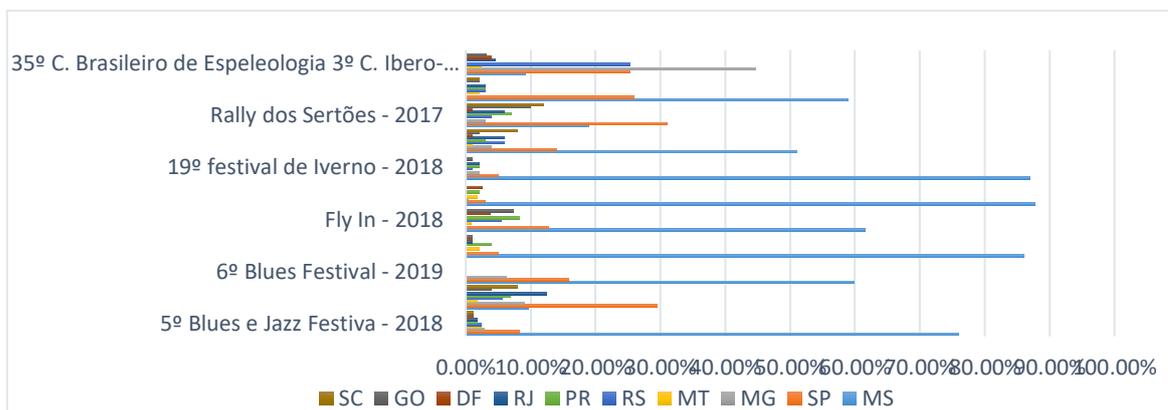
Gráfico 02- Grau de Instrução



Fonte: Elaborado pelos autores.

O público dos eventos realizados que predomina, são os regionais (gráfico -02). Dos eventos apresentados no gráfico, um evento que aparece a diversificação na procedência do turista é o Blues Jazz Festival. Os eventos realizados têm o seu público alvo e de acordo com a representação no gráfico, esses eventos não atingem maior público por não haver maior divulgação da oferta que os eventos oferecem.

Gráfico 03 - Origem dos Visitantes nos Eventos

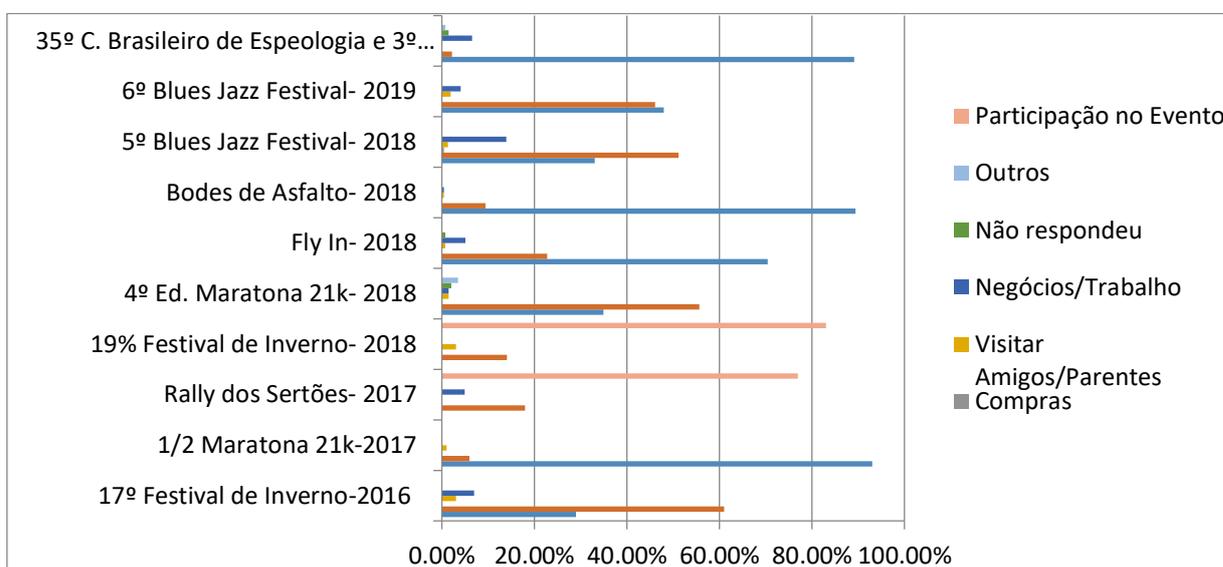


Fonte: Elaborado pelos autores.

Com as pesquisas realizadas nos artigos, podemos concluir que a principal motivação de viagem (gráfico -03) para o destino de Bonito- MS é Negócios/Trabalho e o Lazer, com exceção dos Festivais de Inverno onde o público vem diretamente para a Participação no Evento. Fatos estes que possuem uma grande motivação para algo além

dos eventos, voltadas principalmente ao lazer. Os eventos que mais se destacam com maior público são os nacionais, com exceção dos Festivais de Inverno e Blues Jazz Festival que são regionais. Durante os eventos realizados, os visitantes chegam na cidade com o intuito de lazer sem saber da realização do evento. Por ser um evento regional, o Festival de Inverno tem uma divulgação alta, onde as pessoas já vêm diretamente para o evento, divulgação à nível nacional seria de grande importância para uma participação maior nos demais eventos, mesmo eles sendo nacionais acabam não tendo um público alto.

Gráfico 04 – Motivo da viagem

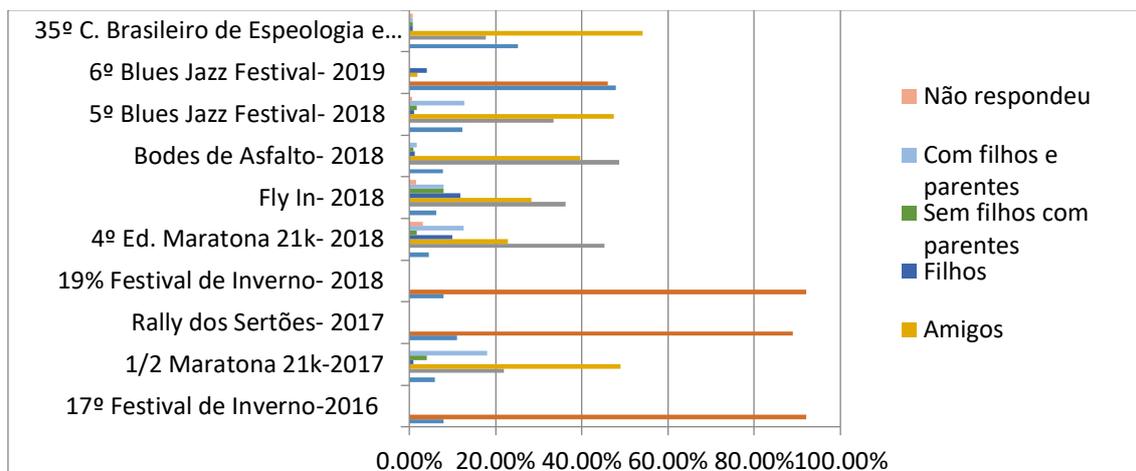


Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme já mencionado anteriormente neste gráfico o 13º Festival de Guavira também não foi incluso porque não houve consistência dos dados.

O público vem, principalmente, acompanhado de amigos ou cônjuge/namorada (gráfico -04). Para um grande número de pessoas acompanhadas aumentar o fluxo turístico de Bonito seria necessária uma divulgação maior dos atrativos, direcionadas principalmente ao lazer em família, pois muitas das vezes os visitantes não sabem o que esperar do atrativo. Aumentando a divulgação terá um aumento significativo na economia, onde um fluxo maior de pessoas consome ou adquire tudo o que o destino possa oferecer.

Gráfico 05 – Acompanhamento

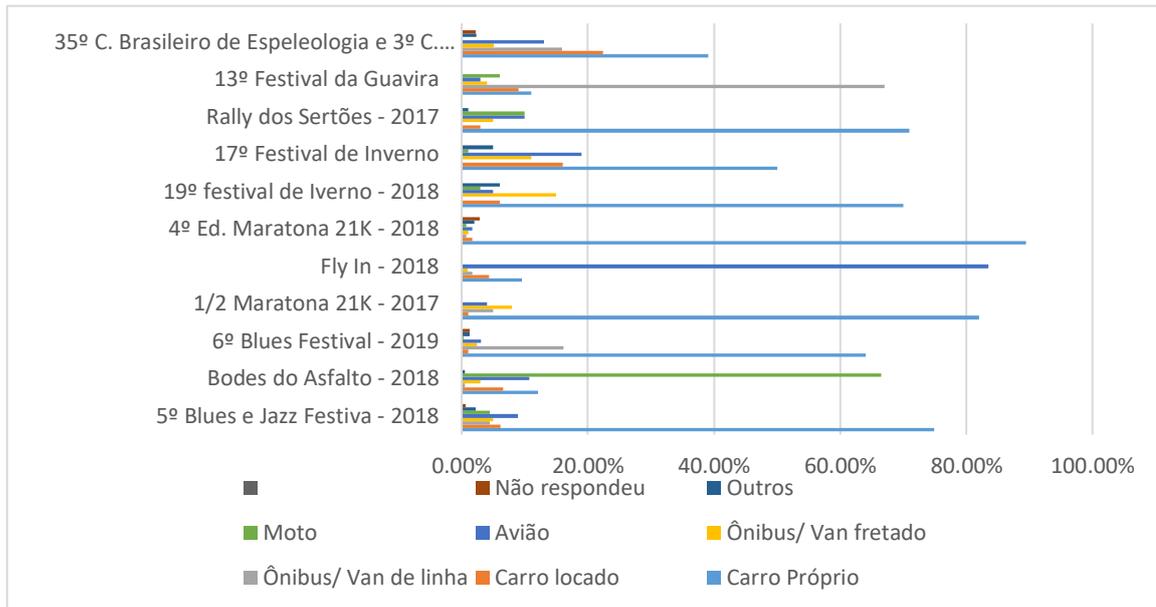


Fonte: Elaborado pelos autores.

O 13º Festival de Guavira não foi incluído porque não havia consistência dos dados. Nem todos os relatórios especificaram quem são as companhias.

Nota-se no gráfico que os turistas quando vão a cidade de Bonito/MS, mais de 90% dos visitantes vão aos eventos de carro próprio, seguidos de 80% que vão de avião e 60% de Ônibus e Vans alugadas (gráfico - 05). Desta forma, os turistas que vão a esses eventos dão preferência a irem de carro próprio consideram ser mais rápido e confortável. Por serem eventos muitas vezes regionais, então vão somente para o evento e retornam à cidade de origem. Dessa maneira as vias urbanas que ligam até a cidade de Bonito precisam ser bem estruturadas e sinalizadas, para que os visitantes possam ir com mais segurança para os eventos, e aumentar o fluxo de turistas na cidade de Bonito/MS.

Gráfico 06 – Meio de Transporte Utilizado

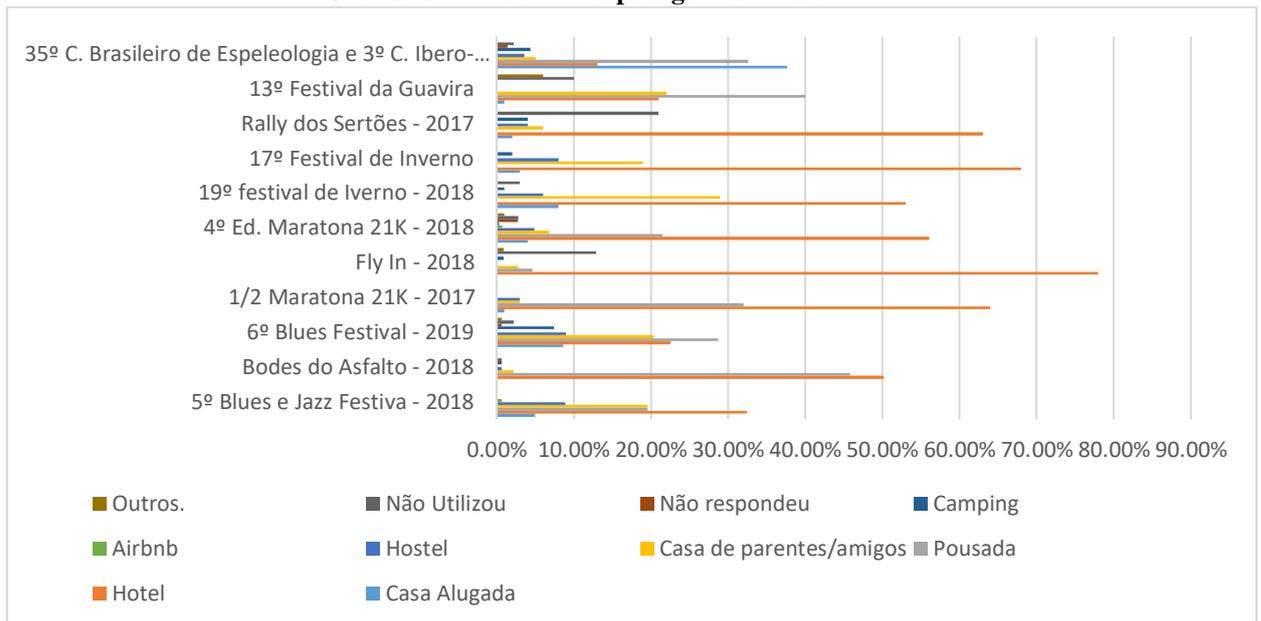


Fonte: Elaborado pelos autores.

Os visitantes quando vão a Bonito participar desses eventos, quase 80% procuram hotéis para se hospedarem, logo em seguida de 30% a 40% procuram pousadas (gráfico - 06). Em alguns eventos como o Fly In 2018, quase 79% dos visitantes ficam hospedados em hotéis gerando giro de moeda e trazendo renda para cidade. Nota-se que os Festivais de Inverno e de Fly In, são eventos que geram retorno para a economia local, pois os hotéis são os causadores de mais empregabilidade e renda na cidade quando esses eventos são realizados, pois a demanda é maior do que em outros eventos.

Desta forma, é de suma importância que a hotelaria da cidade se adeque a necessidade de cada visitante, investindo em conforto, acessibilidade, entre outros, para que quando o turista estiver na cidade procure esse meio de hospedagem durante o evento.

Gráfico 07 – Meio de Hospedagem Utilizado

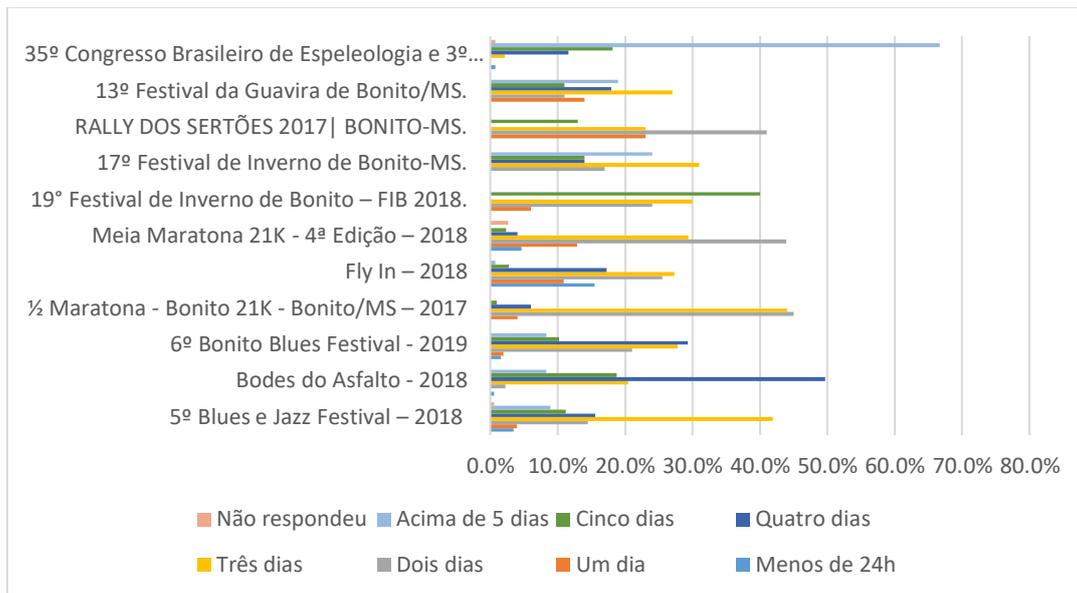


Fonte: Elaborado pelos autores.

Considerando o tempo de permanência dos turistas durante os eventos em Bonito –MS (gráfico - 07), percebe-se que, com exceção do 35º Congresso de Brasileiro de Espeleologia/3º Congresso Ibero-Americano de Cavernas, que apresenta um relevante percentual de pessoas que ficam acima de cinco dias (muito em função do tipo de evento, que possui uma programação geralmente extensa, exigindo uma participação durante um período maior de dias), os demais eventos apresentam uma média de permanência de três dias. Essa média pode ser relacionada com o tempo de duração dos eventos, os quais de certo modo fazem com que o turista fique mais tempo em Bonito –MS.

Tendo em vista o referido tempo de permanência, percebe-se uma oportunidade de aumentar o fluxo turístico no município, seja nos hotéis, restaurantes, atrativos ou outros componentes da oferta turística. Para tal, a atuação do *convention boreal* de Bonito – MS é primordial na promoção de parcerias entre o trade turístico e os responsáveis pela organização dos eventos, bem como em sua divulgação para os turistas envolvidos nos referidos eventos.

Gráfico 08 – Tempo de Permanência

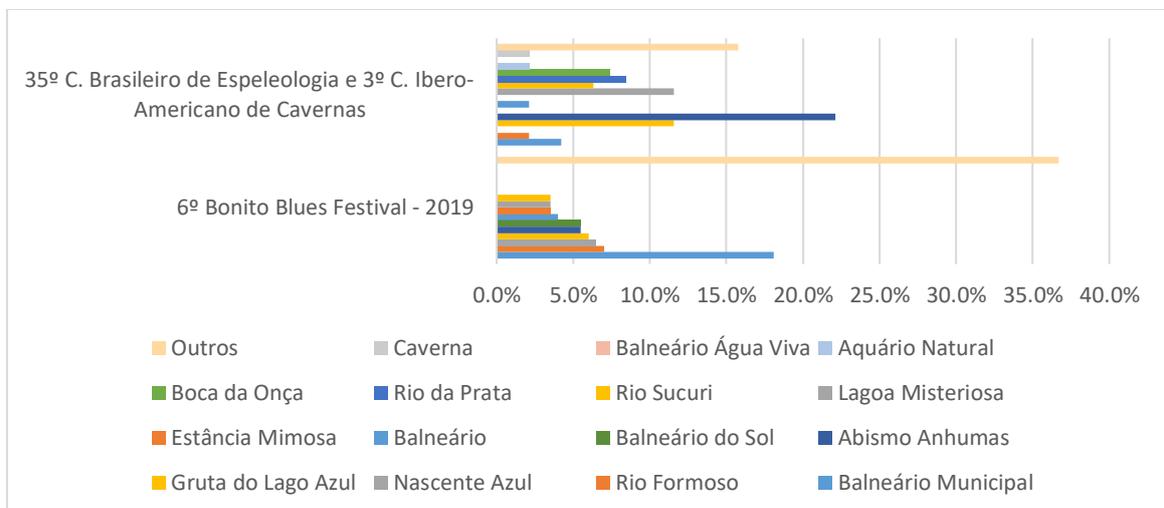


Fonte: Elaborado pelos autores.

Os atrativos mais visitados durante os eventos fora a Gruta do Lago Azul e Abismo Anhumas, tendo em vista que existe outros atrativos que não foram citados, mas que também tiveram visitas dos turistas durante os eventos (gráfico - 08).

No evento 6º Bonito Blues Festival - 2019, 18,1% visitaram o Balneário Municipal sendo maior número de visitas entre os outros atrativos nesse evento, no 35º Congresso Brasileiro de Espeleologia e 3º Congresso Ibero-Americano de Cavernas, o mais visitado foi o Abismo de Anhumas com 22,11% de turistas durante esse evento.

Gráfico 09 – Atrativos Visitados Durante a Permanência em Bonito



Fonte: Elaborado pelos autores.

Os eventos 5º blues e jazz festival - 2018, bodes do asfalto - 2018, ½ maratona - bonito 21k - Bonito/MS - 2017, fly in – 2018, meia maratona 21k - 4º edição - 2018, 19º festival de inverno de bonito - fib 2018, 17º festival de inverno de bonito - MS, rally dos sertões 2017, 13º festival de guavira de bonito – MS não foram incluídos por falta de dados.

Analisando a média de gasto diário, encontramos muitas variações nos valores o que dificultou estabelecer intervalos entre eles para fazer os comparativos, mas, podemos perceber que a média é de R\$ 101,00 a R\$ 200,00 reais. Incluindo os eventos que tem informações, podemos perceber que o evento que se destacou com mais gastos foi 4º Ed. Maratona 21K - 2018 e com menos gastos foi o 35º C. Brasileiro de Espeleologia e 3º C. Ibero-Americano de Cavernas.

Considerando que a atividade turística é importante no setor econômico em várias questões, nota-se aqui sua importância na criação de novos negócios, no surgimento de novos empregos, a melhoria da infraestrutura, geração de renda e muitas vezes no intuito de beneficiar a comunidade positivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das análises, conclui-se, em um modo geral, que a realização dos eventos em Bonito é de grande importância para o fluxo turístico, pois através deles toda a cadeia do turismo é alcançada trazendo benefícios para a comunidade e para a economia local e o papel do *Convention Boreau* é essencial para promover e divulgar esses eventos que, em grande parte, se destacam os regionais trazendo maior número de turistas.

As análises desenvolvidas podem contribuir para o poder público como forma de poder visualizar em que âmbitos devem haver melhorias para gerar ainda mais retorno para a economia na cidade. Apesar da falta de algumas informações, o que dificultou a análise em alguns pontos, sugerimos que novas pesquisas fossem feitas, com mais apuração de informações para que análises mais completas pudessem ser feitas.

REFEÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa de. **Turismo de eventos: A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo.** (Monografia) – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas.** Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Bonito *Convention & Visitours Boreau*, **Resultados da Pesquisa do Perfil do Turistas- 19º Festival de Inverno de Bonito – FIB 2018.** Bonito, 2018. 12 p.

Bonito *Convention & Visitours Boreau*, **Pesquisa do Perfil e Satisfação do Turista - 17º Festival de Inverno de Bonito, 2016.** Bonito, 2016. 5 p.

Bonito *Convention & Visitours Boreau*, **Pesquisa do perfil dos visitantes – Rally dos Sertões – 2017.** Bonito, 2017. 9 p.

BUENO, Rita Helena Halfen. **Estratégias competitivas na captação de eventos: estudo de caso do Gramado, Canela e Região das Hortências Convention & Visitors Bureau.** Dissertação de Mestrado – Universidade do Vale dos Sinos - UNISINOS. 2008.

CARVALHO, Rui. **O Grande Negócio do Turismo de Negócios Convention Bureaux, mais de um século de sucesso.** 2019, No prelo.

CAMELO, Priscila Medeiros; DE ARRUDA LINHARES, Thereza Vânia Cartaxo; COSTA, Ewerton Reubens Coelho. A contribuição do Convention & Visitors Bureau na captação de eventos internacionais para Fortaleza-CE. **Revista Turismo: estudos e práticas**, v. 3, n. 2, 2014.

CERQUEIRA, Liz Rodrigues. O segmento do turismo de negócios e eventos como estratégia competitiva para os destinos turísticos do Brasil: perspectivas e desafios. ANPTUR. **V Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Belo Horizonte, MG–25 e**, v. 26, 2008.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré. Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição**, v. 3, 2007.

DE OLIVEIRA, Rafael Almeida; DE MIRANDA, Isabela Peixoto; AMARAL, João Pedro Sampaio. Gestão da Informação: O Papel dos Observatórios e Turismo Brasileiros para a Tomada de Decisão do Setor Público. **Marketing & Tourism Review**, v. 1, n. 2, 2016.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão Estratégica de Eventos: teoria, prática, casos, atividades.** São Paulo: Cengage, 2011.

MEDEIROS, Andressa Andrade de. **Turismo de eventos como estratégia no combate à sazonalidade: uma análise na hotelaria de Natal-RN**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2007.

MOTA, D.; COELHO, S. D. Eventos Sociais como Estratégia de Atratividade e Redução dos Impactos da Sazonalidade na Hotelaria: O Caso do Gran Marquise Hotel, Fortaleza-CE. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 7, n. 2, p. 1576-1601, 2016. REDE TURISMO BRASIL- TOURISM IN BRASIL, **Alta Temporada e Sazonalidade do Turismo no Brasil**, 18 de janeiro de 2012. Disponível em: <<https://redeturismobrasil.blogspot.com/2012/01/alta-temporada-e-sazonalidade-do.html>>. Acesso em: 12 de setembro de 2019.

MARQUES, Jorge Humberto Soares. **Turismo de Negócios. Convention & Visitors Bureau na Região Centro de Portugal**. Tese de Doutorado - Departamento de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. 2014.

MENEGHEL, Lirian Maria; TOMAZZONI, Edegar Luis. A comunicação ea integração dos atores do turismo regional: O caso do observatório de turismo e cultura da Serra Gaúcha (OBSERVATUR). **Turismo-Visão e Ação**, v. 14, n. 2, p. 246-260, 2012.

NOVAES, Marlene Huebes; FEITOZA, Dayanny Pires de Oliveira. Observatório do Turismo de Paranaguá: uma ferramenta de monitoramento e gestão estratégica do destino. IN: XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. **Anais...** Ceará, 2014.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – Encontro de Moto Clube Bodes do Asfalto – Bonito/MS – 2018**. Campo Grande, 2018. 11 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – 6º Bonito Blues Festival – 2019**. Campo Grande, 2019. 14 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – Meia Maratona – Bonito 21K – Bonito/MS – 2017**. Campo Grande 12 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – Fly in – Bonito/MS – 2018**. Campo Grande, 2018. 11 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – Meia Maratona 21K - 4ª Edição – Bonito/MS – 2018**. Campo Grande, 2018. 11 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista - 5º Blues e Jazz Festival - Bonito/MS – 2018**. Campo Grande, 2018. 11 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – 13º Festival de Guavira de Bonito/MS – 2015**. Campo Grande, 2015. 13 p.

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. **Relatório Sintético de Perfil do Turista – 35º Congresso Brasileiro de Espeleologia e 3º Congresso Ibero-Americano de Cavernas – 2019**. Campo Grande, 2019. 13 p.

SANTOS, Giovana Natalie Carvalho; INÁCIO, Jaqueline Borges. OBSERVATÓRIO DO TURISMO E BIG DATA: A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO E DA TECNOLOGIA NO DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS. **Caminhos de Geografia**, v. 19, n. 65, p. 286-299.

SCHULER, Vaniza de Lima; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. Convention & Visitors bureaux: uma abordagem espacial. Turismo de Negócios. In: VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. **Anais...** Caxias do Sul-RS, 2012.

ROQUE, Vitor; FERNANDES, Gonçalo; SARDO, Anabela. Observatório de Turismo da Serra da Estrela–Um Instrumento para a Sustentabilidade do Turismo na Serra da Estrela–Portugal. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET**, p. 45-53, 2012.

VARGAS, Monica Santanna de; FOLETTTO, Thamires Fiuza. O problema da sazonalidade: eventos como estratégia de captação de turistas em Balneário Camboriú (SC). IN: X Fórum Internacional De Turismo Do Iguassu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2016.