

Turismo de eventos em Baía Formosa/RN: A visão dos gestores públicos municipais

Miles Martins de França¹
Darlyne Fontes Virginio²
Andréa do Nascimento Barbosa Cacho³
Geyson Fernandes da Silva⁴
Maria José dos Santos Pimentel⁵

Resumo

O presente estudo trata do turismo de eventos enquanto segmento relevante para impulsionar o turismo local, tendo em Baía Formosa/RN o lócus da pesquisa. Para tanto, seu objetivo geral foi: analisar se existe turismo de eventos no município de Baía Formosa/RN, na visão dos gestores públicos locais. Na revisão da literatura versa sobre turismo, eventos e suas particularidades; gestão pública do turismo; interiorização do turismo; e, segmentação da oferta como mecanismo de planejamento estratégico. Como procedimentos metodológicos, o estudo se caracteriza como descritivo-exploratório, de natureza qualitativa, tendo como universo da pesquisa gestores públicos municipais de turismo e como amostra, os gestores públicos de turismo do município de Baía Formosa/RN, que atuaram no período de 2017 a 2020. No que se refere à coleta dos dados, utilizou-se um formulário com 23 questões para as entrevistas semiestruturadas e, procedendo à análise dos dados, a técnica de análise de conteúdo foi aplicada. Acerca dos principais resultados da pesquisa, pode-se destacar: o perfil dos entrevistados, revela que há necessidade de maior entendimento dos gestores sobre a área de turismo e de eventos; além disso, os principais eventos turísticos realizados em Baía Formosa recebem incentivos pontuais para sua realização, incluindo, de outras esferas governamentais ou da iniciativa privada; quanto à sua atuação para incremento ao segmento de turismo de eventos no município, os gestores não apresentam ações ou alternativas efetivas para que isso se desenvolva; por outro lado, quanto a existência de indicadores que possam medir o turismo de eventos em um destino, os gestores revelam não ter conhecimento sobre o assunto. Assim, conclui-se que a pesquisa foi significativa em vários aspectos, tanto no campo de estudos acadêmicos, quanto frente a abordagens de futuros gestores para o turismo de eventos no município. Proporcionou, ainda, o entendimento de que o turismo de eventos na cidade ainda é um segmento embrionário.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Baía Formosa; Gestão Pública.

¹ Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo IFRN. E-mail: franca.miles@escolar.ifrn.edu.br

² Doutoranda em Turismo pelo PPGTUR/UFRN. Docente efetiva do Instituto Federal do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/0941157792282201>. Email: darlyne.fontes@ifrn.edu.br

³ Doutora em Turismo pelo PPGTUR/UFRN. <http://lattes.cnpq.br/0172278382704946>. Email: deiacacho@gmail.com

⁴ Mestrando em Turismo pelo PPGTUR/UFRN. <http://lattes.cnpq.br/0193936649623944>. Email: gfsuap978@gmail.com

⁵ Mestrando em Turismo pelo PPGTUR/UFRN. <http://lattes.cnpq.br/0825549343954447>. Email: mariapimentel978@gmail.com

INTRODUÇÃO

O Turismo, segundo Calderwood & Soshkin (2019), gera empregos, aumento da renda dos trabalhadores e atrai investimento de capital em novas oportunidades de negócios, é um dos setores que mais tem crescido no mundo. Outrossim, favorece o desenvolvimento local, contudo, é importante salientar a importância em ações de fomento para o turismo, como: infraestrutura local, mobilidade urbana, a promoção de melhorias nos pontos turísticos e de apoio com informações atualizadas e precisas, entre outros.

De acordo com o relatório da Comissão de Competitividade de Viagens e Turismo (WTTC, sigla em inglês) do Fórum Econômico Mundial, no ano de 2021, o Produto Interno Bruto (PIB) para o setor, entre os países das Américas, situa o Brasil em 49º lugar, num *ranking* com mais de 130 países.

Por outro lado, a segmentação do turismo é uma tendência e contribui para o fortalecimento do turismo local, ressaltando as particularidades de cada destino. Sabe-se que a segmentação turística é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Nesse contexto, um dos segmentos que mais gera impactos econômicos positivos, é o de negócios e eventos, uma vez que, no ano de 2017, de acordo com o portal oficial do Ministério do Turismo⁶ (MTur), "movimenta profissionais de todos os setores e é hoje o terceiro principal motivo da vinda de turistas estrangeiros ao Brasil [...] Os eventos geram emprego e, em muitos destinos, ocupam o vazio da sazonalidade".

Sendo assim, o setor de eventos impulsiona a economia, sendo um mercado promissor e significativo à indústria do turismo. Para alguns autores (Britto e Fontes, 2002; Esteves, 2017; Machado, 2019), eventos são um conjunto de atividades que envolvem planejamento e que procuram atingir um determinado público-alvo com medidas concretas, objetivando resultados pré-moldados. Isto posto, é correto afirmar que o turismo de eventos agrega valor ao produto turístico. Turismo e eventos tem um elo forte, sua formação é de setores promissores e que

⁶ Portal oficial do MTur. Turismo de eventos lucra com feiras em 2017. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/ultimas-noticia/turismo-de-eventos-lucra-com-feiras-de-negocios-em-2017>>.

contribuem diretamente na sociedade e no setor econômico, que segundo Pinto e Batista (2007, p. 90) “pode gerar benefícios econômicos e sociais para empreendedores, promotores, comércio local, restaurantes, hotéis, enfim, profissionais direta e indiretamente envolvidos neste mercado”. Partindo desse pressuposto, Desbiolles (2018) afirma que visto através das lentes do turismo de eventos, os lugares onde os eventos ocorrem são destinos a serem comercializados e posicionados como marcas (*branded*) para atrair turistas.

Para além disso, a presente pesquisa se desenvolveu no âmbito local, tendo o município de Baía Formosa como estudo de caso que, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é um município brasileiro no litoral do estado do Rio Grande do Norte. Situado no extremo leste do estado, localiza-se ao sul da capital, estando distante de Natal 98km e a 120 km da Capital da Paraíba, João Pessoa, estando praticamente centralizado entre as duas capitais. Conta com uma área de 247.484 km², e população de aproximadamente 9.373 habitantes (IBGE, 2021).

Diante dessas informações e dados, é interessante que mediante aos eventos que ocorrem em Baía Formosa/RN, sejam eles, de cunho esportivo, celebrações comemorativas e etc, observa-se que o turismo de eventos tem um papel importante, promover turisticamente a cidade (Desbiolles, 2018). Diante disso, é comum os gestores afirmarem que existe turismo de eventos em um destino quando o mesmo realiza eventos, mas será que os eventos realizados estão mesmo atraindo turistas? Como isso ocorre no município de Baía Formosa/RN?

A partir das inquietações sobre a temática, o presente estudo teve como objetivo geral analisar se existe turismo de eventos no município de Baía Formosa/RN, na visão dos gestores públicos locais. Ademais, como objetivos específicos, tem-se: investigar quais são os eventos realizados no município de Baía Formosa que atraem turistas; identificar, na visão dos gestores de turismo do município, quais ações vêm sendo realizadas para o fomento ao turismo de eventos; e, conhecer indicadores voltados para o turismo de eventos.

O estudo justifica-se em razão de o turismo de eventos agregar valor às atividades turísticas, com forte contribuição na economia, sociedade e negócios. Com a desenvoltura de ser praticado ou realizado na maioria das vezes, em épocas de baixa estação, ou então na abertura da alta estação, o turismo de eventos surge como fator de equilíbrio no mercado turístico, voltados estrategicamente para combater a sazonalidade de um destino ou localidade (Desbiolles, 2018; Getz & Page, 2016).

REFERENCIAL TEÓRICO

O que são e como os eventos se relacionam com o turismo?

Pessoas viajam com finalidades diversas, seja por lazer, negócios, eventos, entre outros. Nessa perspectiva, os eventos ganham destaque, pois tanto estimulam a atratividade dos destinos, quanto os promovem, aumentando os gastos dos visitantes no local (Getz & Page, 2016). Os primeiros registros sobre eventos ocorreram na antiguidade (776 a.c), em decorrência dos jogos olímpicos e religiosos da época (Desbiolles, 2018; Matias, 2013).

Para Matias (2013, p. 157), “a atividade evento, como é tratada atualmente em todas as suas fases, desde a concepção da ideia, o planejamento, a organização, a realização, a avaliação e encerramento, representa um grande estímulo para a economia de uma localidade”.

Por sua vez, Albuquerque (2004) determina um evento como instrumento que pode ser utilizado como otimizador de negócios e da economia local, pois possui um grande potencial de gerar fluxos de visitantes. Desta forma, os eventos são um importante fenômeno capaz de alterar a interatividade econômica e mitigar os efeitos negativos causados pela sazonalidade nos destinos turísticos.

Esse mercado é dinâmico e diverso, ele fica menos sujeito a sazonalidade, pois, os eventos ajudam a regular o mercado turístico, equilibrando o setor nas baixas temporadas. Tenan (2002, p. 49-52), destaca vários benefícios suscitados pelo turismo de eventos que podem ser estendidos ao turismo de negócios, entre eles: “o equilíbrio da oferta e demanda turística geral, minimizando problemas de sazonalidade; agregação de valor a oferta turística; o favorecimento da atuação de todo o *trade* turístico da localidade; geração de negócios; a oportunidade de criação de empregos e renda”.

Conforme destaca Petitinga (2008, p. 13-14), “estes encontros têm aumentado de tamanho e têm servido a múltiplas causas, sendo vistos como atrações turísticas, que contribuem para a economia local. Estes eventos têm se multiplicado e atraído um público crescente em busca de opções de entretenimento”.

Portanto, os eventos são importantes para o desenvolvimento do turismo, não só no tocante à economia, mas para além de outras vertentes como, social e ambiental. E que mesmo com suas particularidades e desafios, vem ganhando outras formas para suas realizações, por isso é destacado como uma atividade dinâmica e que atrai turistas.

Gestão do Turismo: Interiorização e ações do poder público local

Na intenção de aprofundar ainda mais os assuntos sobre turismo, eventos e turismo de eventos, torna-se importante entender as ações do poder público voltadas para tal, com o intuito de apoio e fomento para geri-los, e assim crescerem e se desenvolverem no âmbito local. Dessa forma, a gestão do turismo pelo poder público ocorre por esferas, as quais, vão se afunilando,

para que cheguem aos destinos que possuem potencial turístico, de modo coordenado, descentralizado e integrado (Brasil, 2007).

Nesse contexto, ganha destaque o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), coordenado pelo Ministério do Turismo (Mtur), o qual é implementado pelos órgãos do turismo dos estados da federação, e tem o objetivo de contribuir com ações que estruturem a interiorização do turismo pelo país, por isso, é assumido pelo poder público municipal, o qual, tem a responsabilidade pela pasta no âmbito do poder público local (Virginio e Ferreira, 2013).

Vale salientar que o Ministério do Turismo (2004) adotou esse modelo de regionalização para disseminação do turismo nos municípios e regiões do Brasil, dando maior protagonismo às Unidades da Federação para que o setor fosse não só uma atividade econômica, mas de inclusão social e melhoria do meio ambiente. Ademais, a convergência de ações e a interação do MTur com as secretarias estaduais do turismo tem desenvolvido um trabalho de regionalização da atividade turística, uma vez que toda essa formulação promove a desconcentração da oferta turística brasileira e estimula a interiorização do turismo (Virginio e Ferreira, 2013).

Assim compete às políticas públicas estabelecer diretrizes orientadoras através do planejamento de estratégias, identificando necessidades e problemas nos mais variados aspectos. Para tanto, deve haver a participação dos diversos atores envolvidos com a atividade turística. Por isso, é importante frisar a relevância das políticas públicas voltadas para o setor de turismo, seu planejamento e destacar seu desenvolvimento no entorno, tendo na segmentação turística um caminho para nortear as ações e fortalecer o potencial local. Como afirma Vieira (2011), cabe ao Estado primar pelo planejamento e por todos os outros fatores essenciais ao desenvolvimento do turismo, em cooperação com a iniciativa privada para alcançar um bom desenvolvimento da atividade turística.

Tendo o turismo como agente de desenvolvimento social, cultural e econômico (Machado e Tomazzoni, 2011) sabe-se que a execução das políticas de turismo - de âmbito nacional e estadual - é realizada nos municípios, ou seja, de nada adianta o país ter uma visão estratégica do setor e o Estado atuar taticamente para desenvolver a atividade, se o município não fizer a sua parte. Contudo, isso é viável quando existe um planejamento adequado, integrado e participativo, buscando o desenvolvimento sustentável da atividade.

Planejamento turístico e Segmentação da oferta como estratégia local

Segmentar a oferta turística é buscar “suprir as demandas dos visitantes com produtos específicos para cada necessidade ou desejo. A segmentação com base na oferta define o tipo

de turismo que será oferecido ao visitante” (Brasil, 2010, p. 73). Por sua vez, quando se planeja o turismo, deve-se priorizar a participação do maior número possível de envolvidos, pois este é um elemento-chave tanto na concepção, no planejamento, como na implantação de planos, programas e projetos; os protagonistas do turismo devem ter participação ativa, se comprometer com a atividade (Silva, 2014; Beni, 2008).

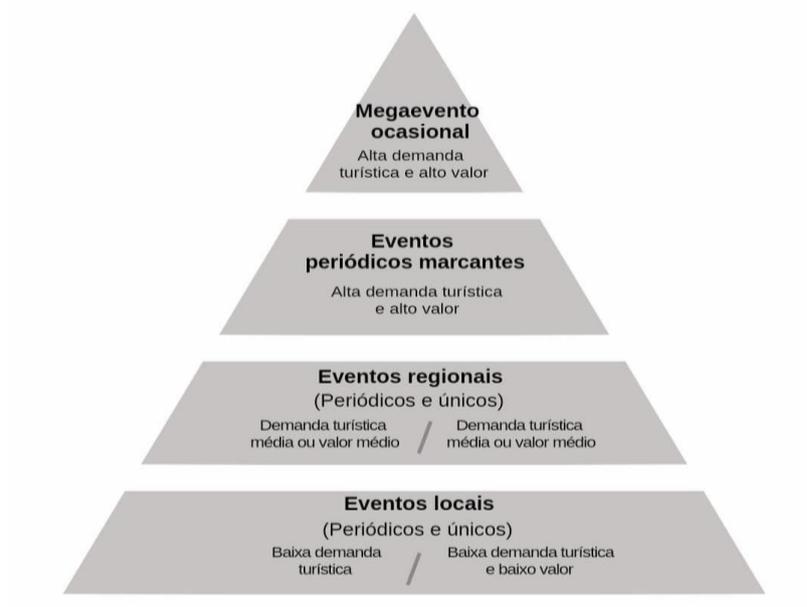
Com o envolvimento da população no turismo, forma-se um sistema de cooperação em prol do desenvolvimento integrado, “o sistema turístico é resultado de uma ampla cooperação e articulação de estruturas privadas, sociais e públicas orientadas para melhorar a rentabilidade e a atratividade do destino turístico” (Vignati, 2008, p. 15).

Embora se considere a importância de elaborar um plano de turismo de maneira participativa, congregando a visão dos diferentes atores ligados ao turismo, buscando estabelecer um conjunto integrado de ações que contribua com o desenvolvimento e melhoria dos produtos e serviços turísticos, a sua implementação deve ser igualmente relevante nesse processo.

Isto posto, “ao adotar a segmentação como estratégia, o planejador deverá entender e organizar os segmentos da oferta, visando atingir a incessante e dinâmica busca de novas experiências dos turistas atuais” (Brasil, 2010, p. 74), ou seja, além de planejamento participativo e segmentação da oferta como estratégia, o gestor precisa colocar em prática as ações para que os resultados sejam alcançados.

É nesse contexto que a segmentação da oferta turística se desdobra, em específico, o turismo de eventos, objeto central desta pesquisa, pois, seguindo a linha de raciocínio de Getz & Page (2016) nem todo evento é de interesse turístico, porém mesmo assim são capazes de atrair turistas à localidade, conforme pode ser visualizado na Figura 01.

Figura 01 – Portfólio de eventos por tipo, temporada, mercado-alvo e valor.



Fonte: Adaptado de Getz & Page (2016).

Nesse momento é que se estabelecem as diretrizes e estratégias para o desenvolvimento de um segmento, considerando os limites do meio natural, contribuindo com a valorização dos aspectos culturais e sociais e distribuindo melhor os benefícios às comunidades.

A gestão de turismo é o principal alicerce da política pública de turismo. Isso, trabalhando de maneira conjunta entre o órgão municipal e entes das outras esferas, torna-se o caminho mais adequado que se tem conhecimento sobre o desenvolvimento da atividade turística e seus variados segmentos, a exemplo do turismo de eventos.

METODOLOGIA

O presente estudo se caracteriza como descritivo-exploratório, de natureza qualitativa. Acredita-se que esta pesquisa pode ser um contributo para o município de Baía Formosa/RN, recorte espacial do estudo, sobretudo, para aprofundar consultas relevantes sobre o tema, de modo que a comunidade acadêmica possa se debruçar nesse estudo a partir de um caso turístico local. Para além disso, o recorte temporal é de 04 anos, uma vez que compreende a gestão de turismo do município no período de 2017 a 2020.

Para fins deste estudo, o universo da pesquisa contempla a população dos gestores públicos municipais de turismo, e a amostra, os gestores públicos de turismo do município de Baía Formosa/RN, que atuaram no período de 2017 a 2020, totalizando 02 gestores. É importante mencionar que outros ex-gestores de turismo do município foram procurados e que o recorte temporal seria de 10 anos. Contudo, a indisponibilidade e recusa – alegando

motivações pessoais por parte deles – em participar da pesquisa, permeou novos direcionamentos a esse estudo.

O plano de coleta de dados da pesquisa de campo, se configura pela realização de entrevistas semiestruturadas com a utilização de um formulário, seguindo os protocolos de biossegurança devido a pandemia do novo Coronavírus, tendo sido utilizado, inclusive, um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O Formulário foi dividido em 04 categorias de perguntas, sendo uma categoria para cada um dos 03 objetivos específicos, conforme Quadro 01.

Quadro 01: Categorias do estudo e objetivos para a construção do formulário.

Objetivos específicos	Categorias do estudo	Resultados esperados
Conhecer o perfil dos entrevistados.	Perfil do Entrevistado	Conhecer o perfil dos entrevistados
Investigar quais são os eventos realizados no município de Baía Formosa que atraem turistas	Eventos turísticos de Baía Formosa	Conhecer o nível de entendimento/conhecimento dos gestores sobre o tema dos eventos turísticos.
Identificar, na visão dos gestores de turismo do município, quais ações vêm sendo realizadas para o fomento ao turismo de eventos	Ações para o turismo de eventos	Identificar quais os eventos turísticos de Baía Formosa na visão dos gestores
Conhecer indicadores voltados para o turismo de eventos em destinos	Indicadores do turismo de eventos	Elencar possíveis indicadores do turismo de eventos utilizados em Baía Formosa.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O formulário utilizado na coleta dos dados junto aos gestores entrevistados possui, ao todo, 23 questões, sendo a maioria perguntas abertas. Isso foi aplicado entre os dias 27 e 31 de agosto, de 2021, conforme pode ser visto no Quadro 02, e com flexibilidade de horário dos entrevistados. Cabe ressaltar que o gestor 01 estava contribuindo temporariamente na pasta do turismo, por essa razão, o mesmo foi integrado a esta pesquisa, ao representar interinamente o setor.

Quanto à coleta de dados secundários foi feita uma revisão bibliográfica, envolvendo livros, teses, dissertações, periódicos, revistas e jornais, além de *sites* na internet para desenvolver e suportar os objetivos propostos neste estudo. Esta pesquisa se configura integralmente como qualitativa, para tanto, na análise dos dados optou-se por utilizar a técnica de análise de conteúdo que consiste em selecionar, codificar e tabular os dados de modo a direcionar a análise com o intuito de realizar um diagnóstico da realidade estudada.

Quadro 02: Plano da coleta e análise de dados da pesquisa de campo.

Pseudônimo do Gestor	Cargo que ocupou	Período de atuação	Forma da coleta dos dados	Coleta dos Dados	Tratamento dos Dados
-----------------------------	-------------------------	---------------------------	----------------------------------	-------------------------	-----------------------------

Gestor 01	Diretor de Meio Ambiente	Jan/ 2017 a Dez/ 2017	Pessoalmente	Entrevista gravada e transcrita	Dados selecionados, codificados, tabulados e analisados conforme objetivos do estudo
Gestor 02	Secretária de Turismo	Jan/ 2018 a Dez/ 2020	Remoto		

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Após a transcrição das entrevistas, estas foram agrupadas de modo a contemplar as respostas levantadas pela pesquisa, por fim, os dados coletados em campo foram correlacionados com os dados secundários e a teoria explícita ao longo do trabalho, conforme pode ser visto no capítulo dos Resultados e Discussões.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O município de Baía Formosa possui atrativos singulares, como praias exuberantes, paisagens naturais e recursos culturais estimados, assim como vários autores (Beni, 2008; Vignati, 2008; Ruschmann, 1997; Vieira, 2007) - em uma análise da temática, para além da análise de Baía Formosa - valorizam os atrativos e sua importância para os destinos, pois sabe-se que o planejamento e a gestão participativa precisam delinear esse percurso, como aponta a política de regionalização do turismo do MTur (Brasil, 2007).

Nesse contexto, embora o município faça parte do PRT, componha região turística no Rio Grande do Norte, tenha assento na instância de governança regional, como defendem Silva (2014) e Cacho (2019), ainda não consegue se consolidar no cenário turístico, mesmo estando localizado estrategicamente entre duas capitais nordestinas (PB e RN).

Para além dessas constatações iniciais, partindo para os dados coletados e sua análise, elaborou-se o Quadro 03, a fim de traçar o perfil dos entrevistados, dado o aprofundamento da pesquisa qualitativa e a importância que os dados coletados representam para o desdobramento das análises do estudo.

Quadro 03: Perfil dos entrevistados

Pergunta	Gestor 01	Gestor 02
Sexo	Masculino	Feminino
Faixa Etária	51 a 60 anos	20 a 30 anos
Estado civil	Divorciado	Solteiro
Nível de Escolaridade	Graduação	Especialização
Conhecimento ou formação na área de turismo	Não possui formação na área, mas alega ter muito conhecimento devido ter experiência por 20 anos na área de turismo.	Sim, toda sua formação, desde seu curso técnico, graduação e especialização na área além de suas experiências.
Tempo de atuação na Secretaria de Turismo de Baía Formosa	01 ano	03 anos
Cargo que exerceu na Secretaria de turismo de Baía Formosa	Diretor de Meio Ambiente (interinamente respondeu pela secretaria de turismo)	Secretária de Turismo

Experiência na área de turismo	“Vivi uma parte toda da minha vida administrando hotéis, trabalhando com agências de viagens, e sempre ligado no turismo e tudo, fiz vários cursos, participei de vários eventos de várias instituições federais, como também em várias instituições particulares, e, pela idade e o tempo que passei ligado ao turismo, minha experiência tem um pouco de conhecimento e contribuído com muito”.	“Prestando serviços de guia de maneira informal, na própria região de residência. Atuou, ainda, na gerência da própria empresa de agência de turismo”.
Atualmente, trabalha na área de turismo?	Não	Sim

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Assim, ambos os gestores possuem experiência na área e, apesar de possuírem formações distintas, ambos têm dado contribuições ao desenvolvimento do turismo local. O gestor 01, informa ter boa experiência na área através de sua vivência, mesmo não tendo formação acadêmica na área, já o gestor 02, mostra-se qualificado e capacitado, porém, com menos tempo de atuação.

Em meio a entrevista houve um questionamento em relação aos segmentos turísticos do município, em que o gestor 01 relatou: “em cada região tem seu segmento, o turismo é um segmento sazonal, e que precisa ser trabalhado a cultura local, o artesanato, criando eventos turísticos com datas que ocorram na baixa estação”. Já o gestor 02 discorreu sobre os segmentos da seguinte forma: “o de sol e mar, ecoturismo e turismo de aventura. Apesar de apresentar potencial para outras segmentações, os principais são esses”.

Os resultados chamam a atenção para a incipiência ao mencionar o turismo de eventos por parte de um gestor e, ao mesmo tempo, a ausência desse segmento nas palavras do outro gestor, especialmente, porque este possui formação na área e atuou por 03 anos na secretaria de turismo do município.

Eventos Turísticos de Baía Formosa

Ao serem questionados sobre o que entendiam por eventos turísticos, os entrevistados responderam: Gestor 01: “eventos que precisam ser trabalhados melhor, para o período da baixa estação”; Gestor 02: “é toda atração que gere o deslocamento do turista para participar de eventos, que gere o entretenimento, conhecimento, e que tenha a finalidade de agregar valor, combater a sazonalidade de determinada região”.

Em consideração as respostas obtidas dos gestores, o gestor 01 foi objetivo e não discorreu sobre o assunto com maiores detalhes, como se esperava de uma pergunta subjetiva; já o gestor 02 demonstrou mais embasamento, pois, os eventos turísticos são acontecimentos

de caráter incomum, com características que os diferenciam de eventos de outras tipologias, como por exemplo, ser elaborado para atrair turistas; ter um tema relacionado a cultura local; servir como “ferramenta” de marketing para divulgar/promover o local e sua cultura, combatendo a sazonalidade do destino (Giacaglia, 2003; Tenan, 2002).

Na pergunta seguinte, tratou-se sobre: quais foram os eventos turísticos realizados em Baía Formosa nos últimos 10 anos, os resultados são apresentados no Quadro 04.

Quadro 04: Sobre os eventos turísticos de Baía Formosa/RN

Entrevistado	Eventos turísticos	Apoio do poder público local	Periodicidade desses eventos	Outras observações
Gestor 01	“Festival Gastronômico, Festival de Cinema, Festa da cidade”	“O poder público sempre ajuda, com o apoio, alvarás, ceder espaço, sendo uma via de mão dupla, do poder público local e empresariado”	Acontecem anualmente, mas por conta da troca de gestões nesse espaço de tempo, alguns deixaram de seguir o cronograma anual, como: o Festival Gastronômico e o Campeonato de Motocross.	Em razão da pandemia, os eventos não foram realizados no ano de 2020.
Gestor 02	“Foram realizados o festival gastronômico, Festival de Cinema, eventos esportivos, como: campeonatos de surf e motocross”	“Tiveram apoio local, mesmo que seja mínimo, mas obtiveram”		

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Não, meramente, é possível observar nos dados apresentados, seja pela pequena quantidade de eventos mencionados ou mesmo pela falta de melhores dados sobre os eventos realizados no município, que estes não são considerados prioritários pela gestão municipal de turismo de Baía Formosa.

Por conseguinte, ao serem questionados sobre “qual papel (ou quais atividades) você desempenhava no apoio a esses eventos”, o gestor 01 respondeu que pelo fato dele desempenhar a função de diretor de meio ambiente ele é para cuidar mais do meio ambiente e não está envolvido diretamente nessa parte, mas, com o conhecimento que possui dava o apoio logístico aos eventos. Já o gestor 02, “desempenhava a função de coordenar e buscar apoio de fomento para a realização”. Esse encadeamento de atividades é pertinente à função, contudo, o gestor 01 não atuava diretamente com a pasta e as áreas ligadas ao turismo, já que estava ajudando a gestão nesses assuntos temporariamente, como informado na metodologia.

Outro ponto questionado foi sobre a natureza dos eventos serem pública ou privada, ou ambos e se poderia citar alguns. Apenas o gestor 01 respondeu, o gestor 02 se absteve.

Na realidade, na parte turística são públicos, mas tem sua contribuição por parte privada. Festival Gastronômico, de cinema, festas religiosas, não se pode contar com carnaval porque por si só, ele já é feriado nacional, por isso, não pode ser incluso como evento municipal, o poder público só investe para melhorar o evento, espera-se

que o evento em homenagem a Francisco Magalhães entre no calendário de eventos do município (G-01, 2021).

Em relação a essa resposta, além dos eventos já citados ao decorrer desta pesquisa, foi acrescentado um evento novo, que no caso, a homenagem a Francisco Magalhães, figura importante na história da cidade. Embora não tenha entrado em detalhes sobre este fato, acredita-se que a maior parte dos recursos para a realização dos eventos no município é proveniente do poder público, seguido pela iniciativa privada.

Em seguida a pesquisa foi direcionada para compreender se os eventos turísticos organizados pelo poder público local recebiam apoio/incentivo do poder público estadual, através de alguma lei cultural. Os Gestores 01 e 02 afirmam que sim, recebiam apoio da Lei Câmara Cascudo⁷, o gestor 01 complementou, ainda, com incentivo da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte (CAERN) como grande parceira. Nesse ponto, percebe-se que ocorrem incentivos para além do município, aos maiores eventos da cidade (Festival Gastronômico e Festival de Cinema).

É necessário haver apoiadores para esses eventos, pois além de serem poucos, nota-se uma falta de interesse dos gestores locais para estimular tais iniciativas já que somente existem dois eventos principais. Isso pode refletir a falta de planejamento dos gestores para organização de eventos, já que se presume a ausência de seguir à risca um cronograma anual, traçar objetivos e metas, como apontam os especialistas na área (Matias, 2013; Britto e Fontes, 2002; Mendonça e Perozin, 2014; Fortes e Silva, 2011; Esteves, 2017; Machado, 2019).

Outrossim, faz-se necessário buscar patrocinadores, a fim de impulsionar a realização de eventos capazes de gerar interesse e, conseqüentemente, fluxo turístico para a cidade, principalmente em períodos sazonais, com intuito de maximizar a promoção turística do município. Isto posto, Baía Formosa possui eventos recorrentes (locais e regionais), contudo, não se pode afirmar que todos são turísticos, nem tão pouco que existe turismo de eventos, já que, a grande parte acontece aleatoriamente, sem que haja interesse (ao menos explícito) de valorização, promoção e desenvolvimento turístico local.

Partindo desse pressuposto, Getz & Page (2016, p. 599) levantam a seguinte discussão relacionada aos eventos regionais e locais,

dentro da perspectiva do turismo, eventos locais e regionais ocuparem a base da pirâmide é problemático. Muitos desses eventos têm potencial turístico que pode ser desenvolvido, necessitando de investimento, existindo alguns que não tem interesse em se tornarem turísticos e que, por vezes, se sentem até ameaçados pelo turismo. Se

⁷ Lei nº 7.799, de 30 de dezembro de 1999: Dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal para financiamento de projetos culturais no âmbito do Estado do Rio Grande do Norte.

os eventos locais são principalmente comunitários ou culturalmente orientados, existe forte argumento para não os explorar.

Atuação dos gestores para o turismo de eventos: Expectativa ou realidade?

Essa seção traz a atuação dos gestores, para o turismo de eventos no município. Em primeira mão, foram propostos aos gestores citar, quais eram as principais atividades desenvolvidas na secretaria de turismo para alavancar o turismo de eventos. Enquanto o gestor 02, se absteve dessa pergunta, o gestor 01, respondeu o seguinte:

Na realidade, veja só, o município por si só, não existe na realidade uma verba destinada para divulgar o evento local, isso, o governo do município ele procura fazer parcerias com os empresários locais (donos de pousadas e restaurantes), e o governo do estado através da secretaria de turismo e EMPROTUR⁸, isso são as empresas na realidade, e instituições do estado que ajudam em feiras, eventos e congressos são essas as participações na realização de folders, vídeos fazendo a divulgação através dos seus agentes de viagens que se encontram na participação dessas feiras, a participação realmente é pequena, o poder público ele não tem na realidade não tem uma verba destinada só para divulgação e eventos no município, ele já consegue coisa pouca com o estado, com empresariado local (G-01, 2021).

Dessa forma, é possível afirmar que o poder público local não investe para impulsionar o turismo de eventos. Virginio e Ferreira (2013) alertam para a responsabilidade do município em realizar suas próprias ações de fomento ao turismo, caso contrário, as demais esferas não alcançarão o destino com a mesma eficiência e eficácia.

Mediante essas informações, supõe-se que a realização de atividades para alavancar o turismo de eventos não pode depender somente do poder público através de verbas destinadas a este setor, mas depende muito de quem esteja à frente da pasta, para buscar alternativas que incrementem os eventos na localidade, uma vez que este segmento é promissor (Ansarah, 1999). Ao mesmo tempo, quando se aborda projetos grandiosos, nas falas desses mesmos gestores, o turismo é um grande gerador de benefícios econômicos; Em tese, pois o que se observa é que, na prática, a realidade é outra, já que é preciso investir nesse setor para que os retornos aconteçam, conforme apontado no estudo de competitividade (WEF, 2022).

Mais adiante, as perguntas se relacionam com a atuação, propriamente dita dos gestores, na organização dos eventos em específico (se sim, como se dava essa atuação; algum membro da equipe possuía formação na área de eventos? Se sim, especificar o curso). Assim, os gestores informaram que:

Na realidade quando há esses eventos no município não trabalha só a secretaria de turismo, engloba as secretarias de ação, educação, de obras, planejamento, envolve a administração de modo geral, então todo município quando acontece esses eventos eles estão colaborando cada qual com sua participação. Na época que atuei, sim, tinha

⁸ Empresa Potiguar de Promoção Turística: Trata da promoção do turismo do Rio Grande do Norte, é um órgão de economia mista vinculado à Secretaria de Estado do Turismo (SETUR/RN).

um rapaz que tinha conhecimento grande sobre eventos, mas não podia afirmar que era formado na área de eventos, mas que tinha cursos, qualificações e treinamentos, ele era bem esperto enquanto essa área (G-01, 2021).

A atuação se dava por meio de planejamento e execução, e quem trabalhava junto com o gestor, não tinha formação na área (G-02, 2021).

Percebe-se, a partir do relato dos gestores, que a formação profissional da equipe não era prioridade, contudo, vale salientar que essa realidade não é exclusiva de Baía Formosa. Atenta-se que isso pode interferir na qualidade da gestão, principalmente na atuação, em contrapartida, todas as pastas se mobilizavam para ajudar nos eventos.

Ao serem questionados se, enquanto gestor (a) de turismo, “Você chegou a buscar parcerias público- privadas para alavancar o turismo de eventos? Durante a sua gestão, a secretaria possuía algum projeto específico para desenvolver o turismo de eventos? Se não, havia outros projetos para o desenvolvimento do turismo local? Pode citar algum (uns)?” O gestor 01 respondeu, que:

Como gestor do município, eu incansavelmente lutei muito, citando o distrito de Sagi-RN e suas viagens à Brasília-DF, juntamente com os técnicos do ministério do turismo em busca da construção da estrada que liga Baía Formosa ao distrito de Sagi. Sim, possuía projetos, a ideia era manter o calendário dos eventos (G-01, 2021).

Sim, existia projetos de revitalização de espaços culturais esquecidos, como por exemplo, o mercado das artes (G-02, 2021).

Referente às respostas, acredita-se que os gestores poderiam buscar alternativas para desenvolver o turismo de eventos, assim como, outros projetos para o setor como um todo, sendo as parcerias uma das possibilidades, como bem alerta Vignati (2008).

Baía Formosa possui atrativos naturais e culturais capazes de atrair fluxo turístico consideravelmente superior ao que se observa atualmente, contudo, a ausência de incentivos, parcerias, recursos, gestão, contribuem para um destino que caminha a passos lentos considerando o cenário turístico do litoral sul potiguar. Não basta ter atrativos, se o município não se fortalecer na gestão (Machado e Tomazzoni, 2011).

Continuando a sequência de perguntas aos gestores entrevistados, foi solicitado que falassem sobre a importância dos eventos para o turismo no município de Baía Formosa, as respostas foram as seguintes:

Os eventos é como já disse, já temos os eventos na alta temporada (que se inicia em setembro e vai até fevereiro), por si só já lotam as Unidades Habitacionais, e precisamos trabalhar eles na baixa temporada para alavancar o turismo local. Porque se trabalhando o calendário de eventos na baixa temporada, as pousadas que têm, não ficam ociosas, movimentam o município e comércio local (G-01, 2021).

O turismo de eventos tem importância significativa pelo fato de conseguir movimentar diversas cadeias econômicas do município, quando realizado no período de baixa

estação ajuda a fomentar o turismo livrando da escassez da baixa temporada (G-02, 2021).

Quanto às alocações dos gestores, observa-se que é do conhecimento deles questões como o combate à sazonalidade a partir do turismo de eventos e do quanto essa iniciativa favorece a movimentação da economia local (Soares et al, 2015; Virginio et al, 2019). Por outro lado, ao longo das entrevistas não se constatou a realização de ações de fomento a esse segmento do turismo no município de Baía Formosa por parte dos gestores.

Indicadores para o Turismo de Eventos

Nas inquietações dessa pesquisa, optou-se por buscar dados relacionados a possíveis indicadores da atividade turística, especialmente, aqueles que se referissem aos eventos. Sabe-se que esse tema é incipiente para uma atividade tão complexa. Contudo, também se compreende a relevância de medir, padronizar, compreender a partir de metodologias específicas os fenômenos estudados. Nessa abordagem, optou-se por, inicialmente, averiguar o conhecimento dos entrevistados acerca do tema, como base para este subcapítulo.

Isto posto, foram abordadas três questões que se referiam a identificação do que é um evento turístico, seguida sobre o conhecimento de algum indicador para a análise do turismo de eventos e, por fim, na opinião do gestor entrevistado, como se pode identificar os impactos gerados a partir do turismo de eventos. As respostas foram as seguintes:

A gente identifica o evento turístico, a gente tem que considerá-lo na baixa estação, porque, o turismo de sol e praia nós já temos, então nós temos que promover, como por exemplo, festival gastronômico, festival de cinema, festa religiosa, junto com os eventos como, evento de médicos, congresso de motociclistas (G-01, 2021).

Na execução, promoção e apoio e/ou patrocínio a projetos ou eventos além de buscar parcerias que ajudem no fomento, principalmente em executar projetos que movimentassem a cadeia econômica na época de baixa temporada na tentativa de estimular o turismo e a cultura local (G-02, 2021).

Em análise das respostas obtidas, vale destacar a percepção sobre o que se refere à identificação de um evento turístico, ambos demonstram falta de conhecimento sobre o assunto. Adiante, o gestor 01 afirmou que “um indicador para análise do turismo de eventos são as feiras, são os congressos, são os eventos esportivos fora de época, planejados para aquela temporada”.

Já o gestor 02 afirmou possuir conhecimento sobre indicadores de turismo, informando que “o primeiro indicador é o econômico, com uma rotação de dinheiro rápida na cidade”. A seguir, o complemento das falas acerca do assunto:

O turismo de eventos é um turismo que gera mais renda que o turismo de sol e mar, que movimenta mais cadeias do comércio. Chaminé limpa (G-01, 2021).

Os impactos gerados de forma direta e indireta são de fácil visualização, além disso o social, a percepção da população sobre os benefícios gerados, economicamente na qualidade de vida, com mais segurança local, melhoria nas vias públicas, estradas, novas estruturas turísticas, esportivas, o incentivo a prática de atividades culturais que geram uma troca capaz de enriquecer ainda mais a cultura local (G-02, 2021).

As falas dos gestores remetem às características peculiares da visão dos dois, sendo diversificadas, cada uma traz um grau de importância do ângulo ao qual se vê os impactos gerados pelo turismo de eventos. O Gestor 01 vê o turismo de eventos de forma que não gera impactos, forma limpa, chama até de “chaminé limpa”, já o gestor 02 discorre sobre, citando as formas e onde atuam.

Por fim, abordar a temática dos indicadores no setor de turismo, em especial, do segmento de eventos, foi uma tentativa de chamar a atenção para algo importante, mas pouco explorado na literatura. Os indicadores se configuram como ferramentas estratégicas, porém, se fala pouco sobre o assunto, isso revela a premência por novos rumos em pesquisas futuras, assim como, para atuações em destinos onde, de fato, o turismo de eventos sobreponha as expectativas e, alcance, não meramente ser uma realidade, mas com benefícios, para todos os envolvidos nessa atividade.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E TEÓRICAS

No que se refere às implicações práticas deste trabalho, acredita-se que os assuntos tratados poderão servir de apoio para futuros gestores atuarem de forma mais estratégica quanto ao fomento do turismo de eventos no município de Baía Formosa/RN. Além disso, a realidade do município em tela pode ser a de outros municípios turísticos do país, portanto, as inquietações que levaram ao estabelecimento dos objetivos desse estudo podem ser similares em outras localidades, permitindo que o estudo seja replicado percorrendo os caminhos metodológicos e as abordagens aqui levantadas.

Além disso, na medida em que se compreende a realidade do assunto por meio dos dados coletados e da reflexão crítica com embasamento teórico, é possível repensar ações locais e tratar o turismo de eventos como estratégia para aumento do fluxo turístico nos destinos.

Em decorrência deste trabalho, verificou-se como implicações teóricas, uma escassez do assunto sobre a localidade, já que não foram encontrados muitos estudos relacionados ao tema e a cidade em questão (Virginio et al, 2019; Soares et al, 2015). Dessa forma, acredita-se que este trabalho é de grande valia para consulta e troca de conhecimentos para a comunidade acadêmica, contribuindo para a comunidade local e a quem interessa o aprofundamento sobre o tema, ou então, a quem pretende promover eventos para atrair turistas de forma estratégica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se, em linhas gerais, que o estudo alcançou os objetivos propostos, especialmente, quanto aos eventos existentes em Baía Formosa, tendo no Festival Gastronômico e no Festival de Cinema, os principais realizados no município capazes de gerar fluxo turístico em decorrência de sua existência. Seguindo a linha de raciocínio de Getz & Page (2016) eventos locais e regionais têm baixa e média atratividade turística, muitas vezes não sendo considerados turísticos em si, porém exercem influência no desenvolvimento turístico local, mesmo não sendo capazes de atrair fluxo turístico considerável, nem tão pouco estão posicionados em períodos de baixa estação.

Observou-se, também, que os principais eventos turísticos realizados em Baía Formosa recebem incentivos pontuais para sua realização, incluindo, de outras instituições da esfera Estadual, como CAERN e EMPROTUR, além de Leis de incentivo, como a Lei Câmara Cascudo e da iniciativa privada local.

A pesquisa revelou, ainda, que há poucos incentivos para desenvolver o turismo no município, quiçá o turismo de eventos. Porém, os gestores não apresentam ações ou alternativas efetivas para mudar esse cenário, e que essa questão pode estar relacionada com a pouca autonomia ou a escassez de recursos financeiros que a pasta possui. Contudo, o planejamento e a participação da população local aliada com as parcerias públicas, privadas, entre outras, são um caminho possível para o desenvolvimento de ações que culminam com o fortalecimento do turismo em um destino, corroborando Vignati (2008).

Por outro lado, quanto à existência de indicadores capazes de medir o turismo de eventos em um destino, a pesquisa revelou o desconhecimento destes por parte dos gestores. Entretanto, esse assunto é escasso na literatura e não se configura como uma fragilidade exclusiva dos gestores do município estudado.

O turismo de eventos em Baía Formosa se configura como um projeto promissor, que ainda não se tornou uma atividade consolidada, em parte, devido a fatores relacionados com a gestão do turismo local, incluindo a falta de recursos financeiros e de uma equipe com maior engajamento e capacitada. Embora o planejamento e a segmentação da oferta turística sejam vistos como mecanismos estratégicos para o desenvolvimento de destinos, Baía Formosa ainda carece de amadurecimento no ecossistema de gestão da atividade turística local.

Assim, conclui-se que a pesquisa foi significativa em vários aspectos, sobretudo, ao elucidar o questionamento de que o turismo de eventos em Baía Formosa/RN ainda não é uma realidade, não se consolidou, apesar de haver expectativas quanto aos eventos locais e regionais

que, além de não gerar fluxo turístico significativo não impulsionam uma demanda a partir dessa oferta. Isto posto, o segmento turismo de eventos na cidade ainda é embrionário, especialmente, se comparado com outros segmentos locais, como o turismo de sol e praia e o ecoturismo.

Quanto às limitações do estudo, encontrou-se dificuldade dos gestores em querer ceder a entrevista, sobretudo, porque o recorte temporal inicial seria de 10 anos e, em razão disso, foi redimensionada para quatro anos; em outra medida, o estudo foi realizado no período da pandemia do novo Coronavírus, dificultando ainda mais a coleta dos dados; o fato de haver uma escassez na literatura sobre o turismo de eventos no município estudado, também implicou em resultados menos expressivos.

Acredita-se que este trabalho possa despertar interesse e estimular vários outros trabalhos mais aprofundados relacionados ao assunto, de modo que venha a contribuir e enriquecer ainda mais os estudos sobre o turismo de eventos no município de Baía Formosa. Estima-se que um novo olhar se (Re) faz quanto ao turismo de eventos no município, podendo motivar projetos semelhantes em outras cidades, já que em Baía Formosa, essa questão ainda está inserida no âmbito da expectativa, conforme apontado na pesquisa com os gestores públicos de turismo do município.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, S. S. **Turismo de Eventos: A Importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo** (Monografia), 75f. Universidade de Brasília, 2004.

ANSARAH. M. G. DO R. **Turismo e segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.

BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: Senac, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil: Diretrizes políticas**. Ministério do Turismo, SNPT, Brasília, 2004.

BRITTO, J., & FONTES, N. **Estratégias para eventos: Uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

CACHO, A. N. B. **Gestão do conhecimento e redes interorganizacionais em organizações públicas de turismo** (Tese de doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

CALDERWOOD, L. U. & SOSHKIN, M. The travel & tourism competitiveness report. Geneva: World Economic Forum. Disponível em: <<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/>>. Acesso em: 13 Mai. 2022.

ESTEVEES, Cristiane Costa. **Organização e Gestão de Eventos**. Maringá/PR: UniCesumar, 2017.

FORTES, W. G. & SILVA, M. B. R. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.

GETZ, D. & PAGE, S. J. **Progress and prospects for event tourism research**. *Tourism Management*, 52, pp. 593-631, 2016.

GIACAGLIA, M. C. **Organização de eventos: Teoria e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Cidades e estados**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rn/baia-formosa.html?>>. Acesso em: 13 Mai, 2022.

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6 ed. Barueri, SP. Manole, 2013.

MENDONÇA, M, J, A., & PEROZIN, J. G. P. A. **Planejamento e organização de eventos**. São Paulo: Erika, 2014.

MACHADO, Luana. **Organização e planejamento de eventos: Uma perspectiva sobre o evento III Seminário De Atuação Profissional Em Eventos- SAPE. IV Seminário de Atuação Profissional em Eventos - FURG / SVP**, 2019.

MACHADO, A. L., & TOMAZZONI, E. L. **A regionalização turística do Rio Grande do Sul e sua contribuição como referência para a gestão regionalizada do turismo no Brasil**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 5(2), pp. 226-247, 2011.

PETITINGA, C. S. **Festival de verão de Salvador: Significado para o turismo, a música independente, a economia e o marketing da cidade** (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

RUSCHMANN, Doris Van De M. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SILVA, R. C. **Política de Regionalização de Turismo no interior Potiguar: Articulação, entraves e efetividade**. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

SOARES, A. M. C., VIRGINIO, D. F., & CARDOSO, K. D. **Festival gastronômico de Baía Formosa/RN: uma análise da percepção e satisfação dos empresários do setor de A e B**. In: **EXPOTEC** (1: 2015: Canguaretama, RN), **Anais da 1ª EXPOTEC**, 27 a 29 de outubro de 2015, Canguaretama, RN, 2015. 104 f.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

VIGNATI, F. **Gestão de destinos turísticos: Como atrair pessoas para polos, cidades e países**. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

VIEIRA, A. R. M. **Planejamento e políticas públicas de turismo:** Análise dos módulos operacionais do programa de regionalização do turismo no polo São Luis- MA. Dissertação (Mestrado profissional em turismo). Universidade de Brasília, UnB, Brasília, 2011.

VIEIRA, J. M. **O turismo em Portugal:** Situação actual e caminhos de futuro. Lusíada. Lusíada. Economia & Empresa. ISSN 1645-6750. 2:7, 9-36, 2007.

VIRGINIO, D. F., & FERREIRA, L. V. **Gestão pública do turismo:** uma análise da política de regionalização no período 2004-2011 no Rio Grande do Norte, Brasil. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2., p.162-182, 2013.

VIRGINIO, D. F., MOREIRA, Y. S., LIMA, P. M. P., & CHACON, L. S. **Interface entre municípios, Turismo e eventos:** Um olhar para a Microrregião do Litoral Sul Potiguar e impactos possíveis. Revista de Turismo Contemporâneo, v. 7, ed. 1, p. 49-70, 2019.

WORLD ECONOMIC FORUM – WEF. (2022). **Travel and Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a sustainable and resilient future.**
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf