A CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS PARA A HOTELARIA DE FOZ DO IGUAÇU

Monique Suellen Lima Ambrosio Barbosa

RESUMO: O Turismo de Eventos e Negócios tem como descrição o deslocamento de uma pessoa de sua região à outra com a intenção assistir um evento, aproveitando para conhecer a cidade e os serviços ofertados. Desta maneira, o trabalho propõe analisar e levantar dados e os fatores em que o Turismo de Eventos e Negócios contribui na hotelaria de Foz do Iguaçu. O método de pesquisa é bibliográfico e, segue num estudo exploratório. Para a pesquisa foram utilizados relatórios anuais de ocupação hoteleira e o calendário de eventos. O estudo trata-se de uma análise comparativa e descritiva analisando os anos de 2011, 2012 e 2013. Diante da análise foi observado que a cidade já possui uma grande ocupação hoteleira pela cidade turística. Mas, cabe expor que foi analisado que nos meses de sazonalidade a média de ocupação hoteleira é mantida, podendo atribuir este fato aos eventos realizados na cidade.

Palavras-chave: Foz do Iguaçu; Hotelaria; Turismo de Eventos e Negócios.

INTRODUÇÃO

Hoje o país vive com desenvolvimento e crescimento econômico. A tecnologia e informação avançam cada vez mais. Na rede hoteleira não é diferente, as empresas correm na busca de novos clientes e procuram sempre estar atualizados com as necessidades destes. O Turismo de eventos e negócios vem para colaborar com esse objetivo. Mas, de que maneira o conceito Turismo de Eventos e Negócios pode contribuir para a rede hoteleira da cidade de Foz do Iguaçu?

Os conceitos turismo e hotelaria sempre estão unidos, visto que, para estar fora de casa e conhecer os atrativos de outra cidade, o cidadão pratica o turismo e, de certa forma, necessita de uma hospedagem e alimentação. Segundo a OMT – Organização Mundial do Turismo (2001, p. 38) o turismo é um conjunto de "atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano,

com finalidade de lazer, negócios ou outras". Já o hotel tem como objetivo atender essas pessoas que praticam o turismo, onde se deslocam de suas moradias até outros municípios, estados e/ou países. Assim, a rede de hotelaria desenvolve o fenômeno da hospitalidade recebendo clientes de forma acolhedora, atendendo as expectativas de turistas seja em sua estrutura física como no seu atendimento (CASTELLI, 2006).

Atualmente estas áreas vêm tornando-se cada vez mais competitivas, são diversos meios de hospedagem e agências de turismo que procuram um espaço no mercado de trabalho. Para isso, precisam adequar-se ao perfil dos clientes que, estão em busca da qualidade e conforto. Somente desta maneira, conseguirão uma maior publicidade e obter o lucro esperado.

Matias (2004, p.17) ressalta que o "Turismo de eventos para se desenvolver, não necessita somente de espaços que possibilitem a realização dos eventos, mas também de meios de hospedagens e transportes, que são a base de sustentação da atividade turística". Dessa maneira o segmento de turismo de eventos vem tomando espaço no mercado econômico e envolve as áreas de turismo, hotelaria e eventos, pois é caracterizada como um conjunto onde sua função é captar um evento em uma determinada localidade e atrair pessoas de vários estados e/ou países para participar deste evento. Assim, muitas das áreas são envolvidas, sejam os meios de transportes e hospedagem, os setores de alimentos e bebidas, comércios em geral e os atrativos da cidade.

E, então o que expor sobre Foz do Iguaçu? Uma cidade com aproximadamente 260 mil habitantes (de acordo com o site da Prefeitura Municipal de Foz, 2013), onde a maior parte do desenvolvimento econômico está no setor de turismo. Um município que tem como referência as Cataratas do Iguaçu, Itaipu Binacional e outros atrativos que são características desta cidade. E ainda, é o município que vive entre dois países, sendo a Argentina e Paraguai.

Para realizar esta pesquisa a acadêmica se baseou na metodologia fundamentada através o conhecimento científico que segundo Cervo (2002, p. 9) "vai além do empírico, procurando conhecer, além do fenômeno, suas causas e leis". Assim, esse método de estudo explica e expõe os motivos de sua certeza, com embasamentos e referências. A metodologia propôs expor os métodos a ser

utilizados no trabalho. Segundo Lakatos (2000, p; 45) *apud* Hegenber (1972: II-115) o método "é o caminho pelo qual se chega a um determinado resultado, ainda que esse caminho não tenha sido fixado de antemão de modo refletido e deliberado". Desta maneira, pode-se definir como um caminho a seguir ou um processo para se chegar ao um determinado fim.

Quanto ao tipo de pesquisas existem diversos, mas, para esta foi aplicada a pesquisa bibliográfica realizada na biblioteca da Unioeste e na internet, em sites identificados e confiáveis e, também, embasados por artigos reconhecidos. O autor Cervo (2002, p. 65) esclarece que o método de pesquisa bibliográfica "procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema". O estudo seguido foi o exploratório, onde trouxe as definições de tema, problema, à formulação dos objetivos, realizando as pesquisas. Assim a finalidade se baseou em pesquisar sobre o tema, explorando o material existente.

O TURISMO E HOTELARIA: UMA UNIÃO PERFEITA

O turismo é um fenômeno, onde tem como definição primordial o deslocamento temporário de pessoas, para destinos fora do lugar da residência e do trabalho. Segundo a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001, p. 38) o turismo "compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras". Assim, de acordo com o conceito pode-se observar que o turismo possui um tempo definido e sempre há um motivo, seja ele, lazer, negócios, turismo e eventos.

A hotelaria atua como forte potencial turístico, pois segundo Petrocchi (2007, p. 02) a empresa hoteleira "é a pessoa jurídica que explora ou administra meios de hospedagem, tendo como objetivos sociais o exercício da atividade hoteleira". Desta maneira, os meios de hospedagem são necessários para que os hóspedes que viajam para determinada localidade seja a motivos de lazer ou negócios, se acomodem. Os meios de hospedagem possuem diversos setores, onde busca

sempre oferecer a qualidade e o conforto para seus clientes, visando sempre a lucratividade como uma empresa hoteleira e também, o bom atendimento esperando retorno destes hóspedes.

Os meios de hospedagem fazem parte do sistema turístico, ou seja, eles interagem com todas as áreas do turismo. Uma cidade turística onde, possui transportes com qualidade, atrativos naturais e artificiais, enfim, que compreenda um bom lugar para o turista conhecer, se não existir meios de hospedagem qualificados, a cidade tende a perder uma boa demanda, e vice-versa. Petrocchi (2007, p. 02) ressalta que isso "significa que existe uma interdependência entre o hotel e os demais integrantes do sistema: o hotel influencia o resultado do conjunto, assim como sofre influência das outras partes".

> A falta de uma rede hoteleira organizada e definida quanto à acomodações, facilidades e preços variados, em função da diversidade da demanda, pode fazer com que uma região com grande potencial turístico não se desenvolva, permanecendo em seu estado potencial, embrionário, sem nenhum impacto junto ao público consumidor do turismo (CAMPOS; GONÇALVES, 2005, p. 71).

As empresas hoteleiras precisam e devem preocupar-se com os clientes tendo em vista a competitividade que há no mercado. Pois com os avanços dos meios de comunicação e meios de transportes iniciaram-se a era globalizada e uma era dos serviços, gerando uma maior competitividade entre os segmentos. Castelli (2006, p. 11) acrescenta que "a missão de uma empresa é contribuir para a satisfação das necessidades e dos desejos das pessoas, ou seja, auxiliar as pessoas em suas necessidades de sobrevivência".

> Os serviços de hospedagem são criados e entregues na hora. São executados justamente onde se encontra o cliente. Isso torna crítico o controle de qualidade. O esquecimento de algum detalhe, um gesto equivocado ou uma explicação mal expressa atingem o hóspede imediatamente. Não há como verificar a qualidade e em seguida prestar o serviço. Há uma interação entre o hóspede e o fornecedor (PETROCCHI, 2007, p. 07).

Com as citações expostas, observa-se que a Hotelaria e Turismo são áreas que devem caminhar juntas rumo à qualidade e consequentemente ao sucesso. Os serviços prestados pelas duas áreas garantem a satisfação integral ao turista. Desta

maneira, um depende do outro, e devem estar em contato procurando sempre proporcionar ao cliente momentos de prazer, instigando ao mesmo que retorne outras vezes a localidade.

EVENTOS

Os eventos são definidos como acontecimentos sendo classificados em diversas maneiras e tipos, com seus objetivos e resultados esperados. Castelli (2006, p. 455) expõe que o evento "pode ser entendido como um acontecimento, previamente planejado, visando atingir resultados definidos junto ao seu público-alvo". Melo Neto (2007, p.20) ressalta que um evento é "qualquer fato que pode gerar sensação e, por isso, deve ser motivo de notícia (seja esta de cunho interno ou externo)". Zanella (2012, p. 01) cita que o evento "é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos".

De certa maneira, os eventos tem a finalidade promover um acontecimento, sua criação e organização têm uma meta a atingir, seja ele de interesse, pessoal ou profissional.

> Um evento é algo que "acontece" e não apenas "existe". Esta é uma questão muito importante, pois alguém deve fazer com que aconteça. Os eventos bem sucedidos só acontecem por meio da ação de algum indivíduo ou grupo que faz com que as coisas aconteçam. Isso se aplica a todos os eventos (grandes ou pequenos) e aos mínimos detalhes de cada um deles; é fundamental prestar atenção a esses detalhes (WATT, 2004, p. 16).

Acontecimentos também se baseiam num calendário de eventos, podendo ser público ou privado, nacional ou internacional. O calendário de eventos é conceituado como uma publicação realizada por entidades públicas ou privadas com a finalidade de agrupar dados pertinentes a eventos, tais como data de realização, localidade e especialidade, idealizando uma organização e evitando conflitos de eventos (CASTELLI, 2006, p.456).

> O calendário de eventos permite: melhor ordenar as datas de realização dos eventos, para evitar possíveis superposições de alguns eventos afins. As

> superposições geram prejuízos às próprias categorias envolvidas. Por exemplo, a realização do congresso nacional dos hoteleiros e dos agentes de viagem se realizar na mesma data ou próximo dela dividem os participantes. Verificar o que esta ocorrendo em determinadas épocas do ano, procurando melhorar os negócios com a participação do hotel em feiras, congressos e outros eventos julgados pertinentes (CASTELLI, 2006, p. 456).

O sucesso de um evento é objetivo de todo organizador, independentemente do tipo ou sua finalidade. Porém para este atingir este resultado, deve haver uma preparação por profissionais qualificados, designados como os profissionais de eventos, tendo sua formação principalmente nas áreas de turismo, hotelaria, marketing e relações públicas. Dias e Pimenta (2005, p. 239) ressaltam que novas "idéias e lugares para eventos surgem todos os dias. Para essas idéias se concretizarem são necessários: planejamento, organização, execução e avaliação de cada etapa do evento".

Para um evento ser bem sucedido, ele passa pelas seguintes etapas: concepção, planejamento, realização e avaliação. Matias (2004, p. 111) cita que as fases do processo de planejamento e organização de eventos são a "concepção, incorporação da idéia; pré-evento, planejamento e organização; per ou transevento, realização e; pós-evento, avaliação e encerramento".

TURISMO DE EVENTOS E SEUS BENEFÍCIOS PARA A HOTELARIA

O Turismo de Eventos é a junção dos conceitos turismo e eventos, onde unidos são definidos como a espontaneadade de uma pessoa sair de sua região e deslocar-se até outra com a intenção prestigiar um evento, aproveitando para conhecer a cidade e os serviços ofertados por esta. Matias (2004, p. 40) *apud* Andrade (1992) conceitua o turismo de eventos como um "conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas". Conhecido também, como o turismo de negócios esta área tem buscado alanvacar cidades em baixas temporadas, diminuindo a sazonalidade do município, entre outros benefícios.

O Ministério do Turismo (2008b, p. 15) conceitua Turismo de Negócios e Eventos como "o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de

interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social". Britto e Fontes (2002, p. 30) expõem que Turismo de Eventos é "o segmento de turismo que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado". Já Paiva e Neves (2008, p. 06) *apud* Getz (1989) citam que os eventos são "projetos que visam atender objetivos ou motivações de diversos clientes: financiadores, sociedade, turistas e visitantes".

Nos meios de hospedagem, o Turismo de Eventos geram diversos benefícios para o empreendimento. Estes, que antigamente possuiam como função essencial a hospedagem, atualmente possuem outra visão, pois estes estabelecimentos investem assiduamente em setores como alimentos, bebidas e eventos, com capacidade dependendo do porte do hotel. Hoje os eventos na hotelaria proporcionam benefícios para os meios de hospedagem e toda a localidade, pois este conjunto de eventos e hotelaria atuam no mercado gerando mais empregos seja diretamente ou indiretamente. Assim, subsequentemente, gerando novos investimentos e atraindo turistas de negócios, que segundo Dias e Pimenta (2005, p. 238) "muitas vezes tendem a gastar mais que turistas de lazer". Contribue principalmente, para a diminuição dos impactos negativos da sazonalidade na atividade turística e, essencialmente, quando organizados em baixas temporadas.

Coutinho e Coutinho (2007, p. 05) reforçam os benefícios do Turismo de Eventos acrescentando que o segmento é estimado como uma atividade turística, "sendo analisado e considerado como um dos meios mais acessíveis de divulgação de uma localidade, utilizando toda a sua estrutura (transportes, meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentos e bebidas, comércio local e etc.)".

O Ministério do Turismo do Brasil (2008b) ressalta a importância deste segmento expondo as oportunidades que o Turismo de Eventos proporciona, em períodos sazonais, resultando no equilíbrio na relação entre oferta e demanda durante o ano. Pode-se citar também, a alta rentabilidade, onde o turista dessa área, em relação ao turista de lazer, geralmente apresenta maior gasto, retornando mais vezes e com maior tempo de permanência na localidade. Desta maneira, os eventos desse ramo funcionam como uma ferramenta de marketing para o destino,

divulgando através da mídia e, instigando ao turista para retornar mais vezes e, ainda, estimulando que este divulgue a cidade a outras pessoas.

FOZ DO IGUAÇU

Foz do Iguaçu é uma cidade com aproximadamente 263 mil habitantes (PREFEITURA MUNICIPAL, 2013a). Localizada no extremo oeste do Paraná, numa região de tríplice fronteira, onde faz divisa com o Paraguai e Argentina, Foz do Iguaçu é caracterizada pela sua diversidade cultural, pois, cerca de 80 das 192 nacionalidades existentes no mundo moram no município.

Segundo informações colhidas no site da Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu (PMFI, 2013a) a economia predominante da cidade "está no turismo, com destaque para o comércio e serviços". Observa-se que o município tem como giro econômico o turismo, seja pelos atrativos naturais, como a Cataratas do Iguaçu e Parque das Aves e, também pelos atrativos artificiais, como a Itaipu Binacional sendo considerada uma das obras mais importantes construídas pelo homem.

Foz do Iguaçu também é considerada como a cidade dos eventos, sendo muito receptiva e favorecida pela tríplice fronteira e possuindo uma grande diversidade nos meios de hospedagem, favorecendo assim, todas as classes sociais. O Site Foz do Iguaçu Destino do Mundo (2013) expõe que o município esta entre os "seis maiores parques hoteleiro do Brasil, com mais de 23 mil leitos. E possui, ainda, uma das melhores infraestruturas do país para a realização de eventos". Todos os centros de convenções da cidade são capazes de receber juntos, 40 mil pessoas.

TURISMO DE EVENTOS ATUANDO NA HOTELARIA DE FOZ DO IGUAÇU

Se o Turismo de Eventos e Negócios atrai diversos benefícios para a cidade sede e, atualmente vem sendo uma das áreas mais disputadas, para o município de Foz do Iguaçu a situação não é diferente. A cidade considerada turística com seus diversos atrativos já é beneficiada para receber eventos e, ainda, tem privilégio por estar localizada em uma região tríplice fronteira. O site Iguassu Convention e Visitors

Bureau (ICVB, 2013) expõe diversas razões para empresas realizarem os eventos em Foz do Iguaçu, publicando que é “uma cidade completa com a estrutura ideal para o sucesso de seu evento”.

Como muitas cidades, Foz do Iguaçu busca sempre aprimorar no conceito turístico e hotelaria para atrair eventos para a localidade. Ansarah (1999, p.77) expõe que na briga em conseguir um espaço competitivo no mercado internacional “o Brasil se viu obrigado a criar uma eficiente infraestrutura e a disseminar informações didáticas que permitam a profissionalização do setor e seu ajuste às tendências competitivas desse mercado”.

A cidade, por ser uma região turística e tríplice fronteira, atrai muitos turistas. Desta maneira, é necessário que tenha uma hotelaria diversificada para todas as classes, cozinhas diversificadas para atender toda a demanda e, também, em razão de estar popularizada por várias etnias. Assim, a economia de Foz do Iguaçu gira em torno do turismo, que é o desenvolvimento principal da região, movimentando os setores de transportes, meios de hospedagem, turismo e, principalmente, comércio.

Foz do Iguaçu é uma região forte na atuação de turismo, eventos e compras. Com entidades focadas em captar eventos e promover a cidade, para assim, trazer os benefícios expostos, vindo a contribuir para o desenvolvimento da hotelaria e cidade.

Assim, observa-se a iniciativa do município em expandir os empreendimentos hoteleiros, principalmente, neste ano, onde faltará pouco tempo para o Brasil sediar a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Ansarah (2001, p. 313) cita que o setor de eventos dentro de um hotel é de grande importância, pois “através desse produto, também ferramenta do marketing hoteleiro, o hotel pode tornar-se mais conhecido, alavancar novos negócios e consequentemente incrementar as receitas e as taxas de ocupação”.

Desta forma, o Turismo de Eventos e Negócios vem a acrescentar e potencializar a cidade. Os meios de hospedagem investem na intenção de captar os eventos e, também, atrair os visitantes para seu estabelecimento. Ansarah (2001, p. 312) ressalta que “os eventos surgem e se efetivam na garantia da ocupação hoteleira na baixa estação”. Diante das informações expostas, observa-se o interesse dos meios de hospedagem de Foz do Iguaçu em progredir, investindo em

infraestrutura e funcionários capacitados, com o interesse de atender a demanda vinda do Turismo de eventos e negócios, ou até mesmo, captar eventos, conseguindo, assim, atingir um lucro e benefícios mais rentáveis para o empreendimento hoteleiro.

Foz do Iguaçu possui destaque nos eventos, sendo considerada uma das cidades que mais recebe eventos nacionais e internacionais. Essa classificação pode ser evidenciada pelos pontos turísticos como as Cataratas do Iguaçu, considerada uma das Sete Maravilhas da Natureza e, Itaipu Binacional, a maior usina hidrelétrica produtora de energia do mundo.

Outro motivo evidente é que a região está localizada na tríplice fronteira, tendo como países vizinhos a Argentina e Paraguai. Diante destes pontos destacados a cidade se preparou e buscou investir na área de eventos, fazendo a captação destes para obter a exposição da imagem da localidade e uma maior lucratividade e desenvolvimento da cidade e rede hoteleira.

> Foz do Iguaçu é uma das cinco cidades brasileiras que mais recebem eventos nacionais e internacionais. E não é por menos. Além das atrações turísticas consagradas, como as Cataratas do Iguaçu, a Usina Hidrelétrica de Itaipu e o Parque Nacional do Iguaçu, a cidade possui uma infraestrutura invejável para organizar todo tipo de evento. (IGUASSU, 2013).

É preciso ressaltar que, por ser uma cidade que vive do turismo, ocorrem os períodos de sazonalidade e, neste sentido, os eventos propiciam benefícios por evitar desempregos e crises no município. Para que esses eventos obtenham sucesso, a cidade deve estar preparada para captar e realizar eventos de todos os portes.

Foz do Iguaçu com a iniciativa de promover e divulgar o turismo fundou o Iguassu Convention & Visitores Bureau (ICVB) que, é uma entidade de marketing turístico, sem fins lucrativos. O ICVB foi instituído e é mantido pelas empresas privadas do trade turístico. O site da ICVB (2013) expõe que tem por função desenvolver o turismo da cidade de forma estratégica, “inserindo o destino Foz do Iguaçu no circuito turístico nacional e internacional, visando o aumento do fluxo de turistas e o aprimoramento da infraestrutura e serviços turísticos”.

O Turismo de Eventos é tão benéfico não só para Foz do Iguaçu, mas também, para o Brasil. Ansarah (2001, p. 310) ressalta que a Embratur possui uma divisão de captação de eventos, onde faz parte da *International Congress Convention Association* (ICCA), com a intenção de "vender a imagem e o destino do Brasil interna e externamente, com o propósito de facilitar o setor privado voltado especialmente para o turismo de eventos". Em 10 de maio de 2012, o Ministério do Turismo (2013a) divulgou uma pesquisa onde expõe que o Brasil é o 7º no ranking de eventos internacionais no mundo. A análise foi divulgada pela Associação Internacional de Congressos e Convenções (ICCA, pela sigla em inglês) em um relatório anual.

> Ao todo, o país recebeu 304 eventos classificados como internacionais, o que representou um crescimento de 10% em relação ao ano anterior, quando foram realizados 275 eventos. O Brasil figura agora como único país da América Latina entre os 10 primeiros colocados no ranking da entidade internacional. O crescimento de eventos captados pelo país foi de 390% desde 2003, ano de criação do Ministério do Turismo. O relatório da ICCA revela também que subiu de 48 para 57 o número de cidades brasileiras que receberam congressos e convenções no ano passado (SITE MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013).

Como a propaganda é a alma do negócio o site ICVB (2013, p. 27) expõe 25 motivos para as entidades organizadoras realizar seu evento em Foz do Iguaçu, dentre as opções mais chamativas estão à disponibilidade de três aeroportos internacionais; a quantidade e o impacto de atrativos turísticos mundialmente conhecidos, sendo um estímulo para a participação de congressistas e profissionais; a quantidade de hotéis, sendo aproximadamente 150 hotéis, proporcionando o atendimento a todos os tipos de demanda, possuindo também, um fácil acesso a estes empreendimentos e aos atrativos turísticos da cidade; o tempo de deslocamento com relação aos grandes centros, em sua maioria rápido com a inexistência de engarrafamentos.

A Iguassu Convention & Visitores Bureau (2013, p. 27) ressalta também os espaços para qualquer porte de evento, sendo em centros de convenções e hotéis, onde o "Centro de Convenções com perfil para eventos de grande porte, além, da versatilidade de oferecer hotéis e resorts com modernos e novos centros de eventos próprios com capacidade para atender qualquer natureza de eventos".

Assim, Foz do Iguaçu vem se mantendo entre as cidades que mais realizam eventos no Brasil. De acordo com o autor Benetta (2013, p. 46) Foz do Iguaçu é a "quarta cidade brasileira que mais recebe eventos internacionais, conforme a Associação Internacional de Congressos e Convenções – ICCA, atrás apenas de capitais – São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília".

ANÁLISE DOS EVENTOS MAIS SIGNIFICATIVOS PARA A REDE HOTELEIRA DE FOZ DO IGUAÇU

Foz do Iguaçu é um forte atuante no segmento de turismo de eventos e negócios, e por essa razão, a prefeitura da cidade disponibiliza um Calendário Oficial de Eventos Turísticos, sempre no intuito de expor os diversos eventos fixos e procurando, captar outros eventos divulgando a imagem e credibilidade da região.

A ICVB também busca parceiros e está interligada com a Secretaria do Turismo e o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu (SINDHOTÉIS) para captar mais eventos trazendo mais desenvolvimento para a cidade, sendo responsável pelo bom fluxo turístico e manutenção dos empregos, além de, deixar em evidência o Destino Iguaçu.

Com base nos dados fornecidos pela ICVB e PMFI acoplado a Secretária do Turismo, verifica-se que a cidade chega a produzir uma média anual de nove eventos ao mês. Entre 2011, 2012 e 2013 houve um crescimento significativo nessa área. Foi observado que há eventos que não estão inseridos no calendário de eventos da ICVB, porém, encontram-se disponíveis no calendário de eventos oficial turístico de Foz do Iguaçu, podendo assim, aumentar os números de eventos inseridos no município. Para obter uma comparação serão analisados os eventos acima de mil participantes, considerados significativos diante da quantidade, para assim, realizar uma análise com a ocupação hoteleira realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) e SINDHÓTEIS.

Nos calendários de eventos da ICVB no mês de janeiro constata-se que o Congresso Internacional de Educação Física com uma demanda de aproximadamente 3.000 pessoas ocorre anualmente na cidade. Outro evento a ser destacado é o Congresso Nacional da Juventude Evangélica Luterana do Brasil

(JELB) com 1.500 participantes no evento em 2011. Já em 2012 no mês de janeiro um público de 4.000 pessoas participou da 92ª Assembléia da Convenção Batista Brasileira. Motorcycle é encontro de motociclistas de todo o mundo onde há exposições de motos, equipamentos e assessórios, shows de acrobacias, entre outros. Esse evento ocorre anualmente no mês de fevereiro e, neste ano atraiu 1.900 participantes.

Em março de 2011 o VI Congresso Brasileiro de Pregoeiros reuniu 1.500 participantes. Já em 2012 o mesmo evento concentrou 2.000 pessoas, mantendo o mesmo público em 2013. Em março de 2011 o I Congresso Internacional de Direito Ambiental da Tríplice Fronteira atraiu 2.000 participantes e o Strike Combat com o mesmo número de pessoas. Um dos eventos ocorrido em abril, deste ano, foi o X-Games. De acordo com a ICBV, o X-Games contou com um público de 18 mil pessoas, trazendo participantes e mídias internacionais. Em abril de 2011 dois eventos reuniram aproximadamente 8.000 participantes, sendo uma estimativa de 6.000 no evento Extravaganza Brasil, promovido pela Herbalife e 2.000 pessoas na Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Bioquímica e Biologia Molecular (SBBq). Em 2013 o evento XVIII Bienal de Arte Fotográfica Brasileira em Cores, reuniu 2.000 participantes.

Em maio de 2013 os eventos da 16° Convenção dos Profissionais de Contabilidade do Estado do Paraná e Congresso Internacional de Direito e Sustentabilidade, contaram com 1.000 e respectivamente, 1.500 participantes. Foi realizado também o XXIII Congresso Nacional de Zootecnia e XII Congresso Internacional de Zootecnia com 2.000 participantes. A Meia Maratona das Cataratas e a Marcha para Jesus são eventos que ocorrem anualmente e também, atraem um grande público. Segundo informações da ICVB a Marcha para Jesus, realizada em junho de 2012, atraiu para cidade 30 mil pessoas. Já em junho, de acordo com os últimos três anos de calendário cedido pela ICVB dois eventos considerados fixos é a Feira de Artesanatos e Alimentos (Fartal) com um público próximo a 70 mil pessoas e, o Festival de Turismo com estimativa de 4.000 participantes. Em 2011 neste mês, sucedeu-se o 8º. Encontro Paranaense de Astronomia (EPAST) com 2.400 pessoas no evento e, o 19º Simpósio das Unimeds do Estado do Paraná e 6º Encontro das Unimed's do Polo Sul, com um público de 1.000 pessoas. Já em junho

de 2012 o XI Congresso da Fundação Otorrinolaringologia e o *Conventus Societas* ORL Latina reuniram 2.500 pessoas em cada evento. Ainda o relatório da ICVB possui o evento General Session *International Association for Dental Research* (IADR) com estimativa de um público de 5.000 pessoas e o 46º Congresso Nacional da Associação Brasileira de Instituições de Previdência Estaduais e Municipais (ABIPEM) com 1.500 pessoas.

Em junho de 2013 a XXI Convenção Nacional de Solidariedade a Cuba e o 7º Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Oftalmologia reuniram 1.000 participantes em cada evento. Um fator a ser destacado é que, geralmente nos meses de janeiro, julho e dezembro há poucos eventos, e os que estão agendados possuem um pequeno público. A situação é justificável, pois como explanado, Foz do Iguaçu é uma cidade turística e já possui uma alta demanda nesses meses, sendo preferível agendar os eventos para meses de baixa temporada, onde pode ocorrer a sazonalidade. Porém, em julho de 2012 o I Encontro Mundial de Jovens da Renovação Carismática Católica (RCC) e XXX Congresso Nacional da RCC atraíram 5.000 pessoas.

Já no mês de agosto nos anos de 2011 e 2012 houve uma média de dez eventos, no qual é considerado um mês de baixa temporada. Em 2011 o 19ª Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ) atingiu um número de 2.000 participantes. A partir de agosto de 2013 a ICVB já obtém os eventos pré-agendados, seguindo o mesmo sistema do calendário de eventos da PMFI, o qual somente fornece o calendário atual. Em 2012 de agosto o XVII Seminário Latino-americano de Ciência e Tecnologia de Alimentos, XXIII Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos e o XVI *World Congress of Food Science and Technology* reuniram 3.000 pessoas. A 28ª *International Conference of Agricultural Economists* atraiu 1.000 pessoas. Em agosto deste ano ocorreu o 12º Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição (SBAN) com aproximadamente 1.200 pessoas e o 45º Congresso da Confederação das Irmãs Beneficentes Evangélicas Nacional (CIBEN) com a capacidade de 5.000 participantes.

Se baseando nos anos de 2011 e 2012 no mês de setembro unindo as estimativas de participantes atingiu aproximadamente 6.000 mil pessoas. Em 2011,

o evento XIV Congresso Brasileiro do Quadril reuniu 1.000 pessoas. Em 2012 a 28ª. Reunião de Genética de Micro-organismos agrupou 2.600 participantes. O XXII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas e XX Workshop Anprotec reuniram 1.000 pessoas e o Encontro Sul, Sudeste e Centro Oeste de Fiscalização com 2.012 participantes. Neste ano o Congresso Internacional do Mercado Imobiliário e V Encontro Brasileiro de Corretores de Imóveis reuniu 5.000 pessoas. O Congresso Internacional da Associação Brasileira das Universidades Abertas da Terceira Idade (ABRUNATI) e XIII Fórum Nacional de Coordenadores de Projetos da Terceira Idade de Instituições de Ensino Superior também contou com 1.500 pessoas.

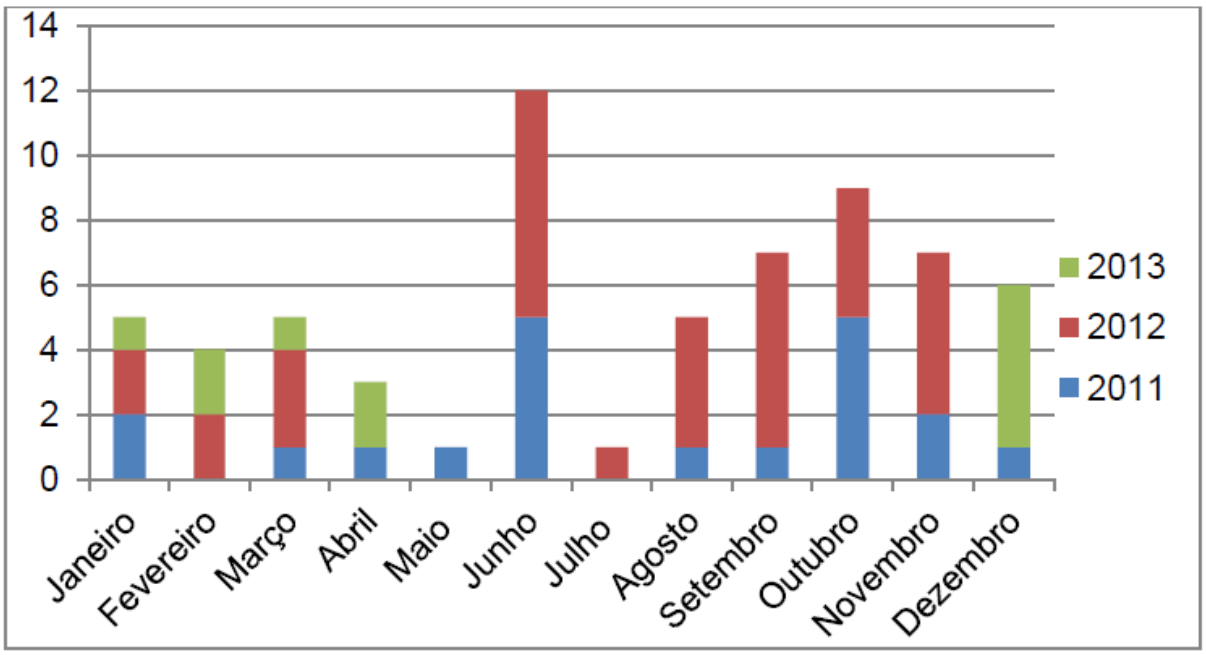
Em outubro um evento muito significativo para a cidade é a Conferência Latino Americana de Software Livre (Latinoware). Sediada pelo PTI, essa conferência ocorre anualmente e, em 2011 trouxe 2.500 pessoas e, em 2012 o número de participantes atingiu a 4.500, de acordo com informações da ICVB. Em 2011 neste mesmo mês, o XXVI Congresso Brasileiro de Microbiologia atingiu um número de 2.000 participantes, 15º Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica (CONGRAF) com 1.000 pessoas, o 36º Congresso da Sociedade Brasileira de Imunologia com 1.500 participantes e, ainda, o XXIX Congresso Brasileiro da Indústria da Panificação e Confeitaria (Congrepan) com 2.000 pessoas. Em 2012 a XXII Convenção Anual da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná (FACIAP) também agrupou 2.000 participantes e as Olimpíadas Universitárias (JUBs) atingiu 3.500 pessoas. A Assembléia Geral Ordinária da Convenção das Igrejas Evangélicas Assembleia de Deus no Estado do Paraná (CIEADEP) atraiu um público de 5.000 inscritos. Para outubro deste ano esta prevista o II Fórum de Agências de Desenvolvimento Econômico Regional com um público esperado de 2.000 participantes.

Em novembro o Encontro Cultivando Água Boa, sediado pela Itaipu Binacional atrai anualmente cerca de 4.000 pessoas. Em 2011 foi realizado neste mês a XXI Convenção Anual da FACIAP com 1.200 participantes. Em 2012 o Congresso de Evangelismo Interdenominacional e Missões (CEIM) atraíram 2.000 pessoas e o 44º Congresso Brasileiro de Farmacologia e Terapêutica Experimental com 1.000 congressistas. Para novembro de 2013, esta agendado o XXII Encontro

Anual de Iniciação Científica (EAIC) e III Encontro Anual de Iniciação Tecnológica e Inovação (EAIT) com a expectativa de 5.000 participantes. Outros dois eventos são o Congresso da União Feminina Batista da América Latina (Ufbal) com estimativa para 1.000 participantes comparecerem. Já no mês de dezembro poucos eventos são agendados nessa época em razão das datas festivas e férias, sendo propício para o turismo de lazer. Mas, cabe ressaltar o evento 3° da Escola de Líderes da Associação Vitória em Cristo (ESLAVEC) ocorrido em dezembro de 2011, com um público de 6.000 pessoas. E em 2013 esta agendado o XVI Congresso Nacional do Fisco Estadual e Distrital (CONAFISCO) para um público de 1.200 participantes.

É importante ressaltar que muitos eventos não têm lançados os números de participantes, o que, de certo modo, dificulta a análise quantitativa da pesquisa. Mas, se a partir destes dados analisados descritivamente, lançados em um gráfico, apenas os eventos com classificação acima de 1.000 participantes, já se obtém uma amostra significativa. Essencialmente, quando se expõe que a maioria dos eventos são captados para meses de períodos sazonais, conforme apresentado no GRÁFICO 1.

GRÁFICO 1 – Resultado da análise dos eventos com acima de 1.000 participantes em Foz do Iguaçu, nos anos de 2011, 2012 e 2013



Fonte: o autor.

Desta maneira, conforme apresentado no QUADRO 1, de acordo com o relatório de Pesquisa Ocupacional Hoteleira realizada pela ABIH e SINHÓTEIS de Foz do Iguaçu (acesso 2013), constata-se a cidade possui uma ocupação acima da média. O mês de janeiro dos anos 2011, 2012 e 2013 apresentam uma média elevada, em razão do turismo de lazer, se somada as taxas dos anos citados e divididos por três, se obtém uma média de 71,4. Em fevereiro com o evento Motorcycle em destaque a pesquisa expõe que nos últimos três anos a média permaneceu em 59,3. Já em março, onde é considerado um mês de sazonalidade a média da ocupação manteve-se estável em 59,0; podendo ser justificada pelo Congresso Brasileiro de Pregoeiros ocorridos anualmente em março na cidade.

Já a média do mês de abril fica em 55,6; embora seja abaixo em relação aos meses anteriores, é considerada uma ocupação elevada em razão do período. Nos meses de maio e junho, embora apresentem eventos significativos para a cidade a média de maio ficou em 51,2 e; em junho com 48,3. Esta última considerada a mais baixa de todos os demais meses. Em julho, em razão do turismo de lazer não há eventos significativos, porém, é importante ressaltar sua média de 61,8; ficando abaixo apenas de janeiro. A partir do mês de agosto de 2013, o site da PMFI não disponibiliza os dados da ocupação hoteleira em razão do fechamento. Mas, vale destacar que a média anual de 2011 e 2012 fechou em 59,9 e; já em 2013 a média encontra-se em 54,4, faltando ainda cinco meses para o fechamento anual.

QUADRO 1 - Pesquisa Ocupacional Hoteleira de Foz do Iguaçu

DESEMPENHO MENSAL: 2008 - 2013

COMPARATIVO MENSAL (%)	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	MÉDIA
2011	75,1	59,9	62,4	61,6	52,0	53,2	63,3	50,7	53,8	62,2	63,3	60,7	59,9
2012	75,1	61,7	56,1	52,0	52,0	49,3	65,7	54,2	54,5	60,9	65,2	60,9	59,0
2013	64,1	56,4	58,6	53,3	49,5	42,3	56,5						54,4

Nota: de Janeiro a Março de 2008 os dados de ocupação hoteleira eram coletados em quatro categorias, a partir desta data passaram a ser pesquisados cinco segmentos conforme classificação do Sindhotéis e ABIH;

Fonte: Pesquisa de Ocupação Hoteleira realizada pela ABIH e SINDHOTÉIS de Foz do Iguaçu – PMFI (acesso 2013)

É certo que, Foz do Iguaçu já possui uma grande ocupação hoteleira pela cidade turística, porém, de acordo com a análise apresentada, observa-se que nos meses de sazonalidade a média de ocupação hoteleira é mantida, o que se atribui aos eventos realizados na cidade. O que comprova uma grande demanda de participantes no turismo de eventos e negócios em Foz do Iguaçu são pesquisas realizadas conforme apresenta a TABELA 01.

TABELA 01 – Ocupação dos turistas em Foz do Iguaçu, por motivo da viagem – 2011-2012

Ocupação	Motivo da Viagem (%)						
	Parentes e Amigos	Negócios	Compras	Lazer	Evento	Outro	Total
Dirigentes, gerentes, empresários e industriários	7,9	22,2	4,1	62,4	0,8	2,6	100,0
Aposentados	17,4	3,7	8,2	62,6	4,1	4,0	100,0
Profissionais das ciências biológicas, bioquímicas, da saúde e afins	11,2	8,6	5,2	66,8	4,7	3,5	100,0
Trabalhadores de serviços administrativos	10,3	15,4	5,7	64,0	2,3	2,3	100,0
Vendedores e prestadores de serviços do comércio	11,2	25,4	11,8	47,1	0,9	3,6	100,0
Estudantes	17,5	0,5	3,9	68,0	4,9	5,2	100,0
Profissionais das ciências exatas, físicas, químicas e da engenharia	9,1	19,6	3,2	63,5	3,5	1,1	100,0
Funcionários públicos e militares	8,0	17,4	6,5	63,7	2,5	1,9	100,0
Técnicos de nível médio	13,2	15,8	7,0	57,9	3,5	2,6	100,0
Do lar	36,2	1,4	1,4	52,9	5,1	3,0	100,0
Profissionais do ensino	10,6	5,7	4,2	70,9	4,2	4,4	100,0
Profissionais das ciências	8,4	14,1	4,0	64,7	6,8	2,0	100,0
Autônomo	15,3	22,0	15,3	41,3	2,7	3,4	100,0
Outras ocupações	21,0	12,4	10,4	49,3	1,8	5,1	100,0
TOTAL	13,7	14,2	7,0	58,6	3,1	3,4	100,0

Fonte: Demanda Turística de Foz do Iguaçu 2011-2012 – PMFI(b).

Desta maneira, observa-se que associando os negócios e eventos gera um montante de 17,3%. Essa pesquisa foi efetuada pela SMTU em parceria com a Secretaria de Estado do Turismo do Paraná (SETU-PR), com apoio institucional da Fundação Parque Tecnológico (FPTI) e a participação do Instituto Polo Internacional Iguassu (POLOIGUASSU).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção do trabalho foi pesquisar através de referências bibliográficas qual é a importância do Turismo de Eventos e Negócios para a rede hoteleira de Foz do Iguaçu. Durante o desenvolvimento foi evidenciando como turismo e hotelaria atuam nas regiões, onde prestam serviços a pessoas interessadas em conhecer lugares, descansar em férias e até mesmo prestigiar eventos.

O evento geralmente é um acontecimento que ocorre fora da rotina, seja ele de caráter familiar, profissional, social, político ou religioso. Atualmente, muitos eventos são organizados na intenção de discutir, debater, treinar temas e assuntos pertinentes a cada área de atuação. O deslocamento de uma pessoa de sua região para outra com o objetivo de estar em um evento chama-se Turismo de Eventos e Negócios. Este segmento contribui para o crescimento de hospedagem do hotel, principalmente se o evento será realizado no salão do hotel. Possui também uma enorme influência sobre a cidade, pois atua como um meio que divulga uma localidade, utilizando assim, tudo o que há nela (meios de transporte e hospedagem, estabelecimentos, comércios, restaurantes), sendo um elo também com os pontos turísticos da região. Coutinho e Coutinho (2007, p. 5) define o setor de turismo de eventos como um “sinônimo de negócios, no Brasil passa por momentos de mudanças, conquistas e progressos, possuindo uma elevada importância econômica e cultural para o desenvolvimento do setor turístico como um todo”.

Foz do Iguaçu possui sua renda econômica embasada no turismo, pois possui atrativos conhecidos no mundo, como as Cataratas do Iguaçu e a Itaipu Binacional, esta localizada em uma tríplice fronteira e abrange uma diversidade cultural extensa. Com essas descrições, esta região atrai muitos turistas para o chamado turismo de lazer. Porém, atualmente esta cidade vem crescendo no foco de Turismo de Eventos e Negócios. Foz do Iguaçu possui entidades interessadas em captar eventos, isto em parceria com a Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, Iguassu Convention & Vistores Bureau e Secretaria do Turismo. A localidade é propicia, pois possuem diversificados meios de hospedagem, áreas de alimentação e bebidas e atrativos turísticos. Durante a análise observa-se que a rede hoteleira não obtém período de sazonalidade, permanecendo sempre com um equilíbrio na

ocupação de unidades habitacionais. Foi constatado também que, em razão de grandes eventos, Foz do Iguaçu possui destaque nas mídias, o que favorece na divulgação da imagem, consequentemente, na geração de empregos. A análise com base no calendário de eventos e ocupação hoteleira apresentou que a cidade sempre se mantém estável em relação à taxa de unidades habitacionais utilizadas, expondo uma ocupação sempre acima da média, ou seja, se um meio de hospedagem possui cem unidades habitacionais, cinquenta destes são ocupados durante todo o ano, aumentando geralmente nas épocas festivas para o turismo de lazer. Então, o que para muitas cidades o período de sazonalidade é uma preocupação, para Foz do Iguaçu com a captação e execução de eventos isto evidencia um equilíbrio. Só para recapitular, podemos apresentar o mês de março, onde é já tem uma baixa na ocupação, porém, este mês ficou estável em uma taxa de 59,0. Vale ressaltar que nesta época ocorre anualmente o Congresso Brasileiro de Pregoeiros.

Assim, observa-se que os meios de hospedagem investem no Turismo de Eventos como uma fonte de renda extra, indo além, das acomodações hoteleiras, propiciando geração de empregos e lucros para a rede hoteleira e consequentemente para o desenvolvimento da cidade.

Durante a pesquisa foi constatado que o tema em questão deve ser mais estudado e abordado por outros acadêmicos com o objetivo de colaborar e incentivar o turismo de eventos e negócios na região, atuando como portadores de desenvolvimento para o comércio e crescimento econômico para a cidade. Esta acadêmica observou também há necessidade do assunto ser abordado por mais autores, para assim, o aluno possuir mais bagagem metodológica durante a pesquisa.

REFERÊNCIA

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo:** Como Aprender, Como Ensinar. São Paulo: Senac, 2001.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; NETTO, Alexandre Panosso. **Segmentação no Mercado Turístico**: Estudos, Produtos e Perspectivas. Barueri, São Paulo: Manole, 2009.

BENETTA, Claudio Dalla. Foz do Iguaçu, Terra das Maravilhas, da Ecoaventura e dos Esportes de Ação. **Revista Rota Verde**. Edição 3, Julho de 2013. Editora Grisanti. 119 p. Disponível em: <http://issuu.com/rotaverde/docs/rota_verde_ed3_final >. Acesso em: 22 jul. 2013.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Brasil é o 7º no Ranking de Eventos Internacionais**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20120510-2.html>. Acesso em: 22 jul. 2013a.

_____. **Turismo de Negócios e Eventos:** Orientações Básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 46 p. 2008b.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos:** Uma Ótica do Marketing e do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal e GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a Turismo e Hotelaria**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2005.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 1991.

_____. **Gestão Hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica.** São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Artigo: Turismo de Eventos como Alternativa para o Problema da Sazonalidade Turística.** Revista Eletrônica Aboré – Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição 03/2007, p. 01-13.

DIAS E PIMENTA, Reinaldo e Maria Alzira (Orgs). **Gestão de Hotelaria e Turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FOZ DO IGUAÇU – DESTINO DO MUNDO. **A Cidade**. Disponível em: <http://www.fozdoiguacudestinodomundo.com.br/sobre-a-cidade/a-cidade>. Acesso em: 05 mai. 2013.

IGUASSU. **Livro Destino do Mundo**. Disponível em: <http://www.iguassu.com.br/downloads/?cat=68>. Acesso em: 20 jul. 2013.

_____. **Livro de Treinamento Destino Iguassu:** 25 Motivos para Realizar seu Evento em Foz do Iguaçu. Disponível em: <http://www.iguassu.com.br/downloads/?cat=43>. Acesso em: 22 jul. 2013, p. 42.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos:** Procedimentos e Técnicas. 3.ed. Barueri, SP: Manole, 2004.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de Eventos**. Rio de Janeiro: 5ª Edição: 2007.

OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Editora Roca, 2001.

PAIVA, Hélio Afonso Braga de; NEVES, Marcos Fava. **Planejamento Estratégico de Eventos:** Como Organizar um Plano Estratégico para Eventos Turísticos e Empresas de Eventos. São Paulo: Atlas, 2008.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria:** Planejamento e Gestão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU. **A Cidade**. Disponível em: <http://www.pmfi.pr.gov.br/turismo/722/A-Cidade>. Acesso em: 03 mai. 2013a.

_____. **Demanda Turística de Foz do Iguaçu**. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/DemandaTuristicaFozdoIguacu20112012.pdf>. Acesso em: 10 set. 2013b.

WATT, David C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos:** Planejamento e Operacionalização. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2012.