

O PROBLEMA DA SAZONALIDADE: EVENTOS COMO ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO DE TURISTAS EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC)

Thamires Fiuza Foletto

Monica Santanna de Vargas

RESUMO: A sazonalidade tem sido considerada como um grande problema a ser enfrentado pelo turismo nos principais destinos do país. O presente artigo tem como objetivo geral realizar um estudo em Balneário Camboriú (SC) buscando conhecer os principais eventos que atraem turistas na baixa temporada e que contribuem para a dissipação da sazonalidade na cidade. A pesquisa se configura como sendo de natureza básica, com objetivos exploratórios. Seus procedimentos estão classificados como um estudo de caso, com método de análise qualitativo, através da pesquisa bibliográfica e documental, além da aplicação de entrevistas estruturadas em meio digital. Como principais resultados, a pesquisa mostrou que o município possui diversos eventos ao longo do ano, porém estes não possuem significativo potencial de atração de turistas, além de não existir uma política voltada para a promoção dos mesmos.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Sazonalidade; Baixa temporada; Captação de Turistas.

ABSTRACT: Seasonality has been regarded as a major problem to be faced by tourism in major destinations in the country. This article has as main objective to conduct a study in Balneário Camboriú (SC) seeking to know the major events that attract tourists in the low season and contribute to the dissipation of seasonality in the city. The research is set to be basic in nature, with exploratory objectives. Its procedures are classified as a case study with qualitative analysis method, through bibliographical and documentary research, besides the application of structured interviews in digital media. The main results, research has shown that the city has several events throughout the year, but they do not have significant potential to attract tourists, and there is a policy to promote them.

Keywords: Tourism Events; Seasonality; Off Season; Attracting Tourists.

INTRODUÇÃO

O turismo tem sido considerado por uma ampla gama de autores, um dos setores econômicos que mais cresceram a nível mundial, ocasionando profundos benefícios para os destinos (ALLEN et al, 2008; BRITTO; FONTES, 2002; BAHL, 2003), dentre estes, destacam-se os benefícios econômicos promovidos pelo aumento no fluxo de pessoas em um mesmo local (BRITTO; FONTES, 2002; KIM et al., 2015; PRAYAG et al., 2013; GUO; KIM; CHEN, 2013), melhoria cultural ocorrida através da valorização e preservação da cultura provocado pelo sentimento de pertencimento e importância despertada no destino através da presença de

visitantes (KHIZINDAR, 2012) e a oportunidade de contato entre residente e turistas motivando maior conhecimento entre culturas (KIM; UYSAL; SIGRY, 2013).

Todavia, em contrapartida, o turismo se mal planejado pode provocar significativos transtornos para um destino (BAGIRAN; KURGUN, 2013), dentre estes estudos, alguns autores tem destacado os efeitos promovidos pela diferença de público nos períodos de baixa e alta temporada, onde a sazonalidade turística acaba provocando distintos impactos negativos, prejudicando o desenvolvimento econômico e turístico na localidade (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015; CUCCIA; RIZZO, 2011; GERRARD; 2000; JACKSON, 2008).

Sabe-se que os impactos provocados pela sazonalidade afetam distintas áreas de um destino (PEGG; PATTERSON; GARIDDO, 2012) onde a diferença de público entre épocas do ano pode motivar o encerramento de atividades de empresas e comércios locais, afetando assim, não apenas os níveis sociais (como variedades de produtos, empregos direto e melhora da promoção e renda) (FONT; PENALVA; SAMBOL, 2011) e oportunidades de novas fontes de geração e renda, não apenas relacionado ao número de empregos ofertados, mas também, relacionado a baixa motivação de novos empreendedores locais, os quais temem sua não sustentação no mercado (BANKI; ISMAIL; MUHAMMAD, 2016).

Desta maneira, percebe-se que conforme exposto por Connell, Page e Meyer (2015) a disparidade no número de visitantes em uma localidade, bem como de receitas geradas pelas atrações e serviços turísticos em um destino devem incentivar estes a criar inovações em desenvolvimento do produto e diversificação de mercados fora da alta temporada, visando manter um número sustentável de turistas. Desta maneira, autores vêm defendendo que alguns destinos turísticos já consolidados conseguem perceber que a realização de eventos é uma oportunidade de combater a sazonalidade turística, responsável por fortes disparidades econômicas durante o ano (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015; JACKSON, 2008; MARTIN, 2003; NERI, 2003; NUNES; PEGG; PLAT, 2012).

Neste contexto, percebe-se que muitos estudos têm emergido na literatura a fim de investigar tal temática, porém conforme Banki, Ismail e Muhammad (2016) a maioria destes assuntos analisam a sazonalidade a partir da óptica da gestão do turismo no destino, dos efeitos provocados pela sazonalidade em empresas locais,

em especial aquelas relacionadas a hotelaria, como no estudo de Font, Penalva e Sambol (2011) e ainda, em relação ao fluxo de visitantes em atrações turísticas como no estudo de Bestard e Nadal (2011).

Com base nas pesquisas bibliográficas sobre a sazonalidade, pode-se perceber que o número de estudos relacionando a visão de gestores públicos municipais sobre a utilização de eventos e festivais como estratégia de fomento ao fluxo turístico em períodos de baixa estação, ainda pode ser considerado limitado.

Dentro desta perspectiva, um destino que sofre significativas diferenças no fluxo de turistas durante a alta temporada e a baixa temporada e busca alternativas para atrair visitantes em diferentes épocas do ano é a cidade de Balneário Camboriú. A cidade localiza-se no Estado de Santa Catarina, da região turística Costa Verde e Mar, muito conhecida pela promoção de turismo de sol e mar e por ser uma das cidades catarinenses que mais atrai visitantes durante o verão (SANTUR, 2015). Como possui uma ampla infraestrutura de hotéis (contando 130 hotéis que somam 7734 Unidades Habitacionais e 19.034 leitos), um considerável número de casas de aluguel, restaurantes (dos mais populares até os internacionais), comércio diversificado e entretenimento, inclusive com algumas das melhores casas noturnas do país (SANTUR, 2015).

A importante infraestrutura turística oferecida por Balneário Camboriú é fundamental para atender aos mais de 600.000 mil turistas que se deslocam para o município durante o período de alta temporada. Porém, apesar de sua importância no contexto do turismo catarinense, no período de baixa temporada, o número de visitantes em Balneário Camboriú cai para cerca de 200.000 mil, fazendo assim, com que o município perceba a necessidade de criar diferentes estratégias de captação de turistas para não deixar sua infraestrutura obsoleta.

Com base no presente exposto, dois problemas foram levantados: Balneário Camboriú utiliza de maneira significativa a realização de eventos como estratégia de fomento a atividade turística durante o período de baixa temporada? E ainda, existem impactos positivos na demanda de turistas para a cidade com a promoção de eventos fora da temporada de verão?

Sendo assim, o principal objetivo desse trabalho é realizar um estudo no município de Balneário Camboriú (SC) a fim de conhecer os principais eventos que

atraem turistas fora da temporada de verão e que contribuem para a dissipação da sazonalidade na cidade. A pesquisa também elencou alguns objetivos específicos, como conhecer quais são os eventos que mais atraem visitantes fora da temporada de verão, investigar como a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Balneário Camboriú incentiva a promoção de eventos fora de época e ainda, pesquisar se a realização de eventos no período de baixa temporada ocasiona impactos significativos na demanda de turistas na cidade.

Esse trabalho se configura em uma pesquisa qualitativa de natureza básica, com objetivo exploratório e seus procedimentos estão classificados como um estudo de caso do município de Balneário Camboriú, que se utilizou de métodos bibliográficos e documentais, bem como entrevistas estruturadas em meio digital aplicadas aos membros do poder público municipal ligado à área de eventos.

O trabalho está distribuído da seguinte forma: primeiramente é apresentada a introdução e contextualização sobre o tema de pesquisa, posteriormente a fundamentação teórica é realizada abordando a atividade turística, o turismo de eventos e a sazonalidade e a sazonalidade em Balneário Camboriú. Apresenta-se a seguir a metodologia. Por fim, discutem-se os resultados e se faz considerações finais a fim de complementar o tema pesquisado.

A ATIVIDADE TURÍSTICA E O TURISMO DE EVENTOS

Sempre em constante crescimento, o turismo é uma atividade dinâmica que gera fluxo de pessoas, benefícios sociais e divisas nas mais diferentes regiões do país, com movimentos que crescem em um ritmo cada vez mais acentuado (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015; PETREVSKA, 2013; BIGOVIĆ, 2012; ACERENZA, 2002). Pode-se dizer que ele é considerado um fenômeno extremamente importante para as sociedades mais modernas, e que, mesmo em épocas de crises econômicas, tem a capacidade de se manter dinâmico se comparado com outros setores econômicos (DİLEK; KANDEMIR, 2013; KIM; KIM, 2013; MOLINA, 2001).

Pode-se dizer que, sob a perspectiva conceitual, o turismo é um conjunto de relações e fenômenos produzidos pelos deslocamentos e pela permanência das

peças fora de seu local de residência, motivadas principalmente por atividades não-lucrativas (ACERENZA, 2002). Para o autor, ainda é possível dizer que em sua essência, a atividade se relaciona com a educação, o prazer, o descanso e a recreação.

Para a Organização Mundial do Turismo – OMT (1998 apud CORIOLANO, 2006, p. 41) o turismo foi definido em 1994 como “o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo, inferior a um ano, com fins de ócio, negócios e outros”.

Sabe-se que em alguns destinos a atividade turística ainda é considerada incipiente, onde os empresários do setor não se articulam entre si e não existe sistema de gestão de destino, porém em outras cidades esta realidade é distinta, pois o turismo ocorre com vigor e movimenta vários atrativos existentes, devido principalmente a sua proximidade com os mercados motivados pelo turismo de negócios (PETROCCHI, 2009).

Nesse caso, a fim de dinamizar o turismo de negócios, é necessário investimentos na criação de outras modalidades de turismo. Um exemplo pode ser encontrado no turismo de eventos e demais atividades que possuem profundo potencial para atrair um maior número de visitantes motivados pela participação em eventos (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

Dentro de tal perspectiva, eventos podem ser definidos como uma reunião ou um agrupamento de pessoas, ao mesmo tempo, que tenham interesses em comum e objetivam adquirir produtos e/ou serviços, fazer a divulgação de informações, se aperfeiçoar em determinado tema para trabalhar no alcance de metas, proceder a capacitação técnica de participantes e demais atividades que envolvam o desenvolvimento profissional (MARTIN, 2003).

Sobre o turismo de eventos, Britto e Fontes (2002) defendem que este pode gerar muitos benefícios, incrementando a receita global do lugar, já que um turista de eventos consome três vezes mais do que um turista comum. O turismo de eventos também é capaz de melhorar a imagem da cidade, contribuir com a melhoria da infraestrutura local e regional, além de gerar empregos nas mais diferentes áreas (DÍLEK; KANDEMIR, 2013). Os benefícios do turismo de eventos

podem ser sentidos pelas empresas promotoras destes, para outras empresas ligadas direta ou indiretamente com o setor, para o município sede e para a comunidade receptora (PÉREZ DÍAZ; PAÉZ ESCOBAR, 2014). Os mesmos autores também afirmam que o turismo de eventos pode ser uma alternativa e um diferencial para municípios que já trabalham com outros tipos de turismo.

O turismo de eventos, se promovido de maneira adequada, levando em consideração o perfil da comunidade autóctone e a capacidade de atração de visitantes, tornando-o atrativo ao setor do turismo, ainda possui profundo potencial para manter um considerável fluxo de visitantes durante a baixa temporada turística de destinos (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015; JACKSON, 2008; PRAYAG et al., 2013). Levando em consideração tal afirmação, é importante discorrer sobre a realização de eventos como alternativa para diminuir os efeitos provocados pela sazonalidade.

A SAZONALIDADE E OS EVENTOS NO CONTEXTO TURÍSTICO

O setor turístico tem conquistado um significativo espaço no contexto de estudos acadêmicos, devido principalmente à complexidade abordada pelo campo. Dentre os temas pesquisados, os efeitos ocasionados pela alteração do fluxo de visitantes têm se destacado nas pesquisas. Alguns autores (CONNELL, PAGE, MEYER, 2015; SOM, AL-SHQIARAT, 2013; BIGOVIĆ, 2012; PEGG, PATTERSON, GARIDDO, 2012) afirmam em seus estudos que a sazonalidade no turismo pode ser influenciada por dois fatores, os naturais e institucionais. Neri (2003) adiciona ainda que a atividade turística possui três períodos distintos, a alta temporada, temporada intermediária e baixa temporada.

O período de baixa temporada no litoral sul do Brasil, objeto do presente estudo, ocorre entre os meses de março e novembro e é caracterizado pela sazonalidade que para Bestard e Nadal (2011), vem sendo um grande desafio para parte dos destinos turísticos. Diante de tal realidade, muitas empresas e destinos vêm buscando estratégias de inovação em desenvolvimento de produtos e diversificação da oferta fora da alta temporada, visando, dentre outros motivos, a manutenção dos níveis adequados do nível de negócios, o combate a procura

insuficiente por produtos e o desligamento da empresa durante a baixa temporada (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015).

Apesar de seu profundo impacto na comunidade local, a sazonalidade possui um viés positivo, onde tal período é considerado fundamental para a recuperação ambiental e cultural ocasionada pela atividade massiva do turismo, que em muitas vezes degenera o destino (SOM, AL-SHQIARAT, 2013; BIGOVIĆ, 2012).

Porém, os destinos localizados em áreas litorâneas, que possuem o turismo de sol e praia como principal atrativo e atividade econômica, sofrem de maneira elevada as consequências negativas proporcionadas pela sazonalidade (MARTIN, 2003; NERI, 2003; NUNES; PLATT, 2012). Um dos fatores de tal fenômeno concentra-se no fato de que o clima propício a prática do turismo de sol e praia (entre dezembro e fevereiro) ocorre juntamente com os motivadores institucionais de viagem, como as férias escolares e profissionais. Nos demais meses do ano, a procura por atrativos e infraestruturas de cidades litorâneas diminui consideravelmente.

A diferença significativa entre o número de turistas encontrados em cidades litorâneas durante o período de alta e baixa temporada faz com que se torne necessário o surgimento e inovações em desenvolvimento de produtos e diversificação de mercados para manter volumes adequados de negócios e geração de renda (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015).

Através da percepção da necessidade de manutenção dos benefícios sociais e econômicos ocasionados pela atividade turística, os destinos passaram a sentir a necessidade de encontrar maneiras de atrair o visitante até seu município durante o período de baixa temporada (PEGG; PATTERSON; GARIDDO, 2012). Assim, um grande número de autores (CONNELL; PAGE; MEYER, 2015; MARTIN, 2003; NERI, 2003; NUNES; PEGG; PLATT, 2012) têm defendido que a promoção de eventos esta sendo crescentemente utilizada como estratégia de atração de visitantes e principalmente como técnica de marketing dos destinos.

Atualmente, os destinos já possuem conhecimento dos profundos impactos ocasionados pela sazonalidade turística e buscam crescentemente estratégias de promover visitação em todas as épocas do ano. Neste sentido, verifica-se que agentes, associações, poder público e privado já se apoiam e promovem eventos

com a finalidade de atrair visitantes, estando cientes da vasta relevância que eles possuem no fomento ao turismo no período de baixa temporada. Porém, para o poder público a burocracia necessária para a promoção destas atividades ainda dificulta o processo, forçando-o a se firmar através de relações institucionais, ou seja, ao “apoio” ao invés de promovê-lo (NUNES; PLATT, 2013).

Ainda segundo os mesmos autores, apesar da importância percebida pelo poder público e privado acerca da realização de eventos durante a baixa temporada como estratégia de fomento ao turismo, a maioria dos eventos nos principais destinos turísticos são realizados durante a alta temporada e principalmente através de festas celebradas ao longo de todo o país, o que “é positivo para a comunidade local, contudo, não contribui para a sazonalidade turística” (NUNES; PLATT, 2013, p. 210).

Em outro contexto, a realização de eventos durante o período de baixa temporada trás benefícios econômicos e sociais não apenas ao setor público, através do aumento da arrecadação de impostos (ALLEN et al., 2008), mas também ao trade local, através do aumento da procura por produtos e serviços nos distintos setores da atividade turística, principalmente os de transporte, alimentação e hospedagem (PEGG; PATTERSON; GARIDDO, 2012).

Desta maneira, verifica-se que a realização de eventos pode ser uma importante alternativa para o problema da sazonalidade, o qual afeta a economia local e principalmente a manutenção dos benefícios sociais, como a geração de emprego e renda para a população (BANKI; ISMAIL; MUHAMMAD, 2016).

BALNEÁRIO CAMBORIÚ E A SAZONALIDADE NO TURISMO

Balneário Camboriú é uma cidade com 124.557 habitantes (IBGE, 2014), mas que no verão chega a receber mais de 600 mil visitantes por mês (MTUR, 2015). Possui uma área territorial de 46,244 Km² e uma densidade demográfica de 2.337,67 hab/km² (IBGE, 2014).

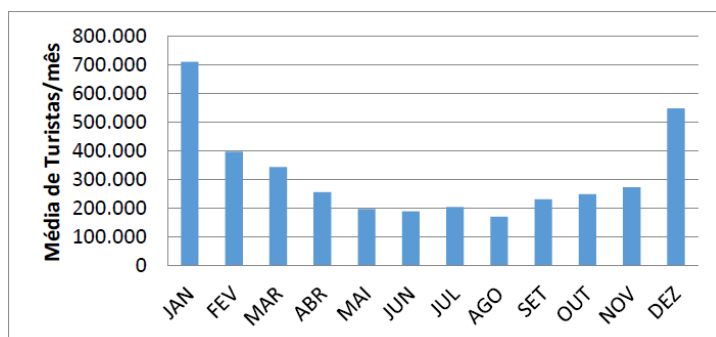
Desde sua criação, Balneário Camboriú vem conquistando um crescente espaço dentro do setor econômico e social do turismo não apenas no estado de Santa Catarina, mas também no panorama nacional. O município já é considerado

uma das principais cidades catarinenses com potencial de consumo , o destino mais competitivo no aspecto social (MTUR, 2015), além de possuir diversos outros títulos no que se refere a preferência dos turistas domésticos e internacionais. Tal preferência se dá por diferentes fatores, como sua proximidade de outros destinos reconhecidos (como Florianópolis e Curitiba), sua qualidade de vida e principalmente, pelo seu grande potencial turístico (PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ, 2015).

A relevância que o turismo possui para o município é expressa no número de empresas destinadas a prestação de serviços turísticos, onde atualmente, a cidade possui cerca de 130 meios de hospedagem (que somam 7734 Unidades Habitacionais e 19.034 leitos), inúmeras opções de casas de alojamento, que comportam grande parte do público de turistas de excursão¹, mais de 300 opções de restaurantes, bares e afins e ainda, um diversificado comércio e ampla variedade de entretenimento noturno (PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ, 2015).

Apesar de a cidade possuir 124.577 residentes (IBGE, 2014), ela recebe uma média de 4 milhões de turistas por ano (SANTUR, 2015). Porém, conforme o Gráfico 1 demonstra, existe uma diferença discrepante de visitantes entre período de alta e baixa temporada, onde a média de público entre os meses de dezembro e fevereiro chega a 600 mil por mês, nos demais meses do ano esta média declina para 200 mil pessoas por mês.

GRÁFICO 1: Número de turistas por mês em Balneário Camboriú (SC)



Fonte: Adaptado de dados da Secretaria Municipal de Turismo de Balneário Camboriú (2015).

¹ Segundo a Secretaria Municipal de Turismo de Balneário Camboriú, a cidade recebe uma média de 5 mil ônibus de turismo com excursão apenas nos meses de alta temporada.

Os dados demonstram a necessidade de elaborar estratégias de atração de turistas no período de baixa temporada, para assim, tentar minimizar os impactos ocasionados pela massificação promovida pelo turismo. Dessa maneira, a realização de eventos seria de fundamental importância para a manutenção do fluxo turístico na cidade ao longo de todo o ano.

Balneário Camboriú ainda não possui um centro de eventos municipal, porém a cidade oferece uma relevante infraestrutura disponível para a realização de atividades, possuindo 56 salas de eventos distribuídas na hotelaria, com capacidade para 6.543 espectadores de forma simultânea (PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ, 2015).

Através da percepção do efeito que a sazonalidade possui hoje na cidade de Balneário Camboriú, o potencial que ela possui para a realização de eventos e a carência de trabalhos que abordassem o tema da sazonalidade turística e poder público, sentiu-se a necessidade de realizar um estudo que discutisse tais fatores e a atitude da gestão pública municipal, para assim, analisar quais são as atitudes do poder público em relação à promoção de eventos como estratégia de combate a sazonalidade turística no município.

METODOLOGIA

O presente estudo propôs a realização de uma pesquisa de natureza básica e características exploratórias e descritivas. Realizou-se um estudo na cidade de Balneário Camboriú, a fim de analisar se o município utiliza a estratégia de realização de eventos para minimizar os efeitos da sazonalidade turística, estudar quais são os eventos que mais atraem visitantes no município, e também, se a realização destes atrai benefícios significativos na demanda turística da cidade. Segundo Severino (2007) a pesquisa exploratória faz levantamento de informações sobre um objeto. Já a pesquisa descritiva se configura quando o pesquisador registra e escreve os fatos observados sem interferir neles (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Quanto a sua abordagem, o trabalho é considerado qualitativo, pois a partir da realização de um estudo bibliográfico sobre o tema, foi definido que a população-

alvo do trabalho seria a Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Balneário Camboriú. Após visita à entidade, constatou-se que a Fundação de Esportes e a Fundação de Cultura da cidade também promovem eventos com potencial de atração de turistas. Sendo assim, optou-se por utilizar como método de estudo, a aplicação de entrevistas estruturadas em meio digital junto aos responsáveis por essas três pastas da esfera pública.

Buscando alcançar os objetivos do presente artigo, primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e artigos relacionados com o tema da pesquisa e com notícias, sites e informativos sobre Balneário Camboriú. Em um segundo momento, foi realizado contato com a Secretaria Municipal de Turismo para um suporte teórico da realidade encontrada no município. Após o procedimento destas etapas, foi realizada uma entrevista online com diferentes setores envolvidos na atividade turística na cidade.

Além do estudo bibliográfico e coleta de materiais, a análise do calendário de eventos do município obteve grande relevância para as conclusões deste estudo, já que através de tal pesquisa, foi possível elaborar um balanço do número de eventos promovidos por ano na cidade (dentro os promovidos e apoiados pela Prefeitura Municipal) e também qual destes, possui real importância para o fomento do turismo no município.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como primeira pergunta da entrevista com os dirigentes responsáveis pelo setor de eventos questionou-se sobre a existência ou não de sazonalidade no turismo de Balneário Camboriú. Os três entrevistados afirmaram que ainda existe a sazonalidade na cidade, sendo que dois destes destacaram que em meados da década de 90, a disparidade no número de visitantes era mais perceptível. Durante a entrevista, defendeu-se ainda, que atualmente existem diversas atividades e atrativos extras que mantém a cidade com movimento de turistas durante todo o ano. Um dos entrevistados mencionou os investimentos privados em atrativos de lazer (Parque UNIPRAIAS, Cristo Luz e Beto Carrero) e os públicos como incentivadores de um turismo não sazonal.

No segundo questionamento, procurou-se verificar se os eventos realizados de março a novembro na cidade eram considerados importantes a fim de tentar diminuir a sazonalidade turística. De modo geral, as respostas levaram a um entendimento de que a promoção de eventos em outros períodos é importante para o desenvolvimento do município. Após a indagação sobre quais eventos eram realizados buscando atrair um significativo número de visitantes, foram mencionados alguns eventos, porém, após análise ao calendário de eventos municipal, verificou-se que estes ocorrem prioritariamente durante a alta temporada. Apenas a Páscoa, aniversário da cidade, dia das crianças, dentre os citados, não ocorrem no período entre dezembro e fevereiro. Foi destacado que essa promoção de eventos será impulsionada quando a construção do Centro de Eventos for finalizado. Também foi citado as parcerias realizadas entre as secretarias para potencializar as possibilidades de visitação à cidade.

O terceiro item indagava acerca de quais eram os principais eventos promovidos pela Prefeitura Municipal de Balneário Camboriú, entre março e novembro e que eram capazes de atrair um número significativo de turistas para a cidade. Segundo eles, foram citados alguns campeonatos, copas e torneios esportivos que obedecem a calendários pré-definidos. Mas também foi dado destaque para eventos culturais e turísticos. Afirmou-se também, que a prioridade é promover eventos para a comunidade local, por ser um direito dos munícipes. Mas por consequência, esses eventos acabam por atrair alguns visitantes que já estão na cidade.

Por sugestão dos gestores públicos, foi feita uma análise dos calendários das três secretarias envolvidas nesse estudo, os Quadros 1 e 2 expõem o número de eventos cadastrados nesses calendários, porém, é importante salientar que na Fundação Cultural os eventos aparecem de março a dezembro e permanecem cadastrados o ano inteiro. Na Fundação de Esportes não há um calendário de eventos, sendo os mesmos divulgados através de notícias e na Secretaria de Turismo, a plataforma disponibiliza apenas os eventos realizados após a data da pesquisa. A não apresentação dos eventos ao longo de todo o ano dificultou a análise, pois obteve-se apenas dados dos meses de julho à dezembro do ano de 2015 (Quadro 1).

QUADRO 1: Síntese do número de eventos cadastrados na Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico

SECRETARIA DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	
MÊS	EVENTOS CADASTRADOS
Julho	6
Agosto	18
Setembro	7
Outubro	3
Novembro	2
Dezembro	4

Fonte: Adaptado do Calendário de Eventos da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico² (2015).

QUADRO 2: Síntese do número de eventos cadastrados na Fundação Cultural

FUNDAÇÃO CULTURAL	
MÊS	EVENTOS CADASTRADOS
Março	9
Abril	12
Maio	12
Junho	10
Julho	36
Agosto	32
Setembro	21
Outubro	20
Novembro	6

Fonte: Adaptado do Calendário de Eventos da Fundação Cultural de Balneário Camboriú³ (2015).

A quarta questão objetivou analisar se o poder público possui conhecimento referente a outras instituições/empresas que promovem eventos com atração de turistas na cidade. Dois respondentes discorreram sobre as diversas empresas e entidades que são promotoras de grandes eventos na cidade ou em cidades próximas, mas cujos participantes se ocupam de Balneário Camboriú para hospedagem e alimentação.

A quinta pergunta se referia a forma de apoio que a prefeitura fornece aos eventos promovidos por outras instituições. Foi possível inferir que existe apoio logístico, de infraestrutura, material publicitário e divulgação, apresentações

² Disponível em: <<http://www.secturbc.com.br/tb2013/pt-br/eventos>>. Acesso em: 16 mai. 2015.

³ Disponível em: <<http://culturabc.com.br/eventos-cultura/>>. Acesso em: 16 mai. 2016.

artísticas, já que o orçamento da secretaria/fundações envolvidas nesse estudo é bastante restrito.

Como sexto ponto chave, procurou-se saber a opinião dos entrevistados sobre os impactos deixados pelos eventos no município. Dois destes afirmaram que é de profunda relevância que a cidade seja satisfatória para residentes e empregados que residem em Balneário Camboriú. Tal afirmação motiva o investimento crescente na humanização dos espaços públicos e de infraestrutura urbana.

De maneira geral, os respondentes transpareceram que apesar da cidade não contar com eventos que atraem significativo número de público durante a baixa temporada, alguns municípios próximos possuem tal potencial de atração, beneficiando Balneário Camboriú no que se refere ao consumo de produtos e serviços turísticos, principalmente os relacionados a hospedagem, alimentação e transporte. Também foi citado, que diversos turistas que buscam o município a fim de participar de atividades durante o ano pretende retornar para a época de veraneio. Mas percebe-se, através das respostas que existem impactos financeiros, culturais e sociais provocados pelo turismo de eventos na cidade.

O sétimo item se referia ao meio de hospedagem utilizado pelas pessoas que participam dos eventos. Todos os entrevistados afirmaram que o público participante de eventos procura principalmente por hotéis e pousadas. Em alguns casos, procuram como segunda opção a casa de amigos e parentes. Porém, salientou-se, que em alguns eventos é oferecido alojamento, que de maneira geral comporta um pequeno número de pessoas, os participantes acabam procurando os hotéis.

No oitavo e último item havia um espaço para que fossem expostas informações necessárias e pertinentes que contribuíssem para esse estudo. Um dos entrevistados destacou que o poder público tem analisado melhores formas de divulgação dos eventos, pois acredita que os existentes não estão atingindo os turistas, fazendo com que estes passem despercebidos.

Além dos três eventos citados acima, alguns outros foram mencionados com maior ênfase de potencial turístico nas entrevistas. Assim, o Quadro 3 apresenta estes de acordo com a entidade que o mencionou, salienta-se porém, que alguns

dos eventos citados não são promovidos por estas, mas sim, realizados por entidades privadas e contando apenas com o apoio das Fundações e/ou Secretaria Municipal.

QUADRO 3: Eventos citados com potencial turístico pelas esferas públicas

ENTIDADE	EVENTOS
Fundação da Cultura	Festival de Inverno (com shows, mostra de teatro, Arraial do Bom Sucesso, Festa do Pescador, Festa da Tainha Estação Cultural de Inverno), Festival da Canção, Semana Farroupilha, Festa das Nações, Festival da Canção Infante Juvenil, Festival de Frutos do Mar.
Fundação de Esportes	Meia Maratona, Campeonatos de Surf, Campeonatos de Futevolei, Provas de Triathlon, SC Cup de Futebol Internacional.
Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Reveillon, Carnaval, Coelhinho da Páscoa, Aniversário do Município, BC Criança, Brilhos de Natal, Disputa de Kart, Shows de Arrancada, FoodTruck Festival, Encontro da Feliz Idade do Mercosul, Festival Náutico da Marina Tedesco, dentre outros.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015).

Foi possível perceber na entrevista *in loco* e nas entrevistas por meio digital que a cidade possui diversos eventos que atraem turistas durante todo o ano, mas aqueles que contam com características capazes de atrair turistas e que possuem maior nível de investimento e participação do poder público municipal, são realizados nos meses em que a cidade está vivendo a sua alta temporada, que é o caso do Brilhos de Natal, Réveillon e Carnaval. Percebeu-se ainda, que os investimentos em prol do turismo de sol e mar ainda são prioridade por parte do poder público para o desenvolvimento do turismo no município e não existe uma política de atração de eventos fora da temporada de verão para o município de Balneário Camboriú.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo percorreu sobre a sazonalidade turística, através de um estudo dos eventos como fator de atração turística, tendo como objeto o município de Balneário Camboriú, Santa Catarina. Como resultado pode-se verificar que os principais eventos realizados pela Secretaria Municipal de Turismo e

Desenvolvimento Econômico são o réveillon, carnaval, BC Criança (realizado no mês de outubro), Coelhinho na Praia (realizado na Páscoa) e Brilhos de Natal. Assim, percebe-se que apenas os eventos BC Criança e Coelhinho na Praia são eventos com potencial uso de combate a sazonalidade, todavia, estes ainda não são consagrados turisticamente como os demais, que são realizados no período de alta temporada.

Já no que se refere aos objetivos específicos, o primeiro visava identificar quais são os eventos que mais atraem visitantes durante o período de baixa temporada. Assim, através das entrevistas, percebeu-se que o principal evento promotor de receitas e visitas durante o período sazonal em Balneário Camboriú é o Congresso de Gideões que ocorre no município limítrofe, Camboriú, porém o município não possui infraestrutura adequada para receber visitantes, beneficiando dessa forma, que estes se hospedem e utilizem os serviços de Balneário Camboriú. Como os eventos que ocorrem em Balneário Camboriú e recebem visitantes, destacou-se os pertencentes ao segmento esportivo, mesmo sem a existência de um calendário de eventos fixo e próprio.

O segundo objetivo específico buscava investigar de qual maneira a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Balneário Camboriú incentiva a promoção de eventos fora da época. Como resultado, verificou-se que, devido a restrições orçamentárias, e ainda, com conflitos burocráticos, atualmente a Secretaria Municipal atua principalmente como apoiadora de eventos, principalmente através de logística cedendo tendas, procurando auxiliar nos trâmites documentais (como liberação dos Bombeiros e Saúde, por exemplo), disponibilizando contrato para infraestrutura, entre outros apoios.

Já, o último objetivo específico procurava pesquisar se a realização de eventos na baixa temporada ocasiona impactos significativos na demanda de turistas na cidade. Com base nas entrevistas realizadas com funcionários do poder público, verificou-se que atualmente os eventos realizados na baixa temporada não possuem impactos significativos na demanda de turistas em Balneário Camboriú, visto que o fluxo de visitantes é considerado satisfatório em todos os períodos do ano, inclusive em julho, onde apesar do inverno, ocorrem as férias escolares. O motivo de tal manutenção no fluxo foi atribuído pelos entrevistados, aos atrativos

privados como o parque UNIPRAIAS e principalmente, a proximidade de Balneário Camboriú do principal parque da América Latina, o Beto Carrero World, que atrai grande número de visitantes durante todo o ano.

Com os resultados obtidos da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento, da Fundação Cultural e da Fundação de Esportes, foi possível perceber que a sazonalidade turística já foi mais perceptível no destino, principalmente durante a década de 90, porém, tal disparidade tem diminuído em virtude dos atrativos criados e em menor nível, dos eventos promovidos. Pelos números apresentados, percebe-se que os meses de dezembro, janeiro e fevereiro Balneário Camboriú recebe significativo público, porém no mês de agosto o destino recebe um número relativamente baixo de turistas, apesar da existência de um importante evento promovendo a gastronomia local, denominado “Balneário Saboroso” que possui relevante potencial de atração de turistas.

Para diminuir esse impacto é necessária a criação de atividades diferenciadas, como a promoção de eventos de âmbito nacional tais como: eventos esportivos, de aventura, culturais e para o público da melhor idade. Pode-se perceber neste sentido, que o poder público da cidade não possui uma política descrita e declarada para a promoção e captação de eventos, sendo este realizado de maneira informal e voltado principalmente para atender os residentes.

No que tange a existência de impactos positivos com a promoção de eventos fora da temporada de verão o poder público afirma a existência, porém não existem pesquisas relacionadas a temática que investiguem profundamente estes.

O Calendário de Eventos de um município é um importante fator de divulgação e de atração de visitantes. Percebeu-se que as três instituições envolvidas possuem esse instrumento, mas com alguns fatores negativos. Na Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico, os meses anteriores a data da pesquisa não estão disponíveis, limitando o acesso do possível visitante às datas de realização deste. A Fundação de Esporte não possui um calendário propriamente fixo e disponível, apenas promove seus eventos através de notícias na imprensa local e meios digitais. Sugere-se a organização dessas notícias em formato de calendário. Por fim, apenas a Fundação de Cultura possui um

calendário apresentando todos os eventos realizados ao longo do ano em seu site, fator considerado de profunda relevância.

Assim como qualquer pesquisa, o presente estudo contou com algumas limitações, dentre elas se destacaram o baixo número de dados e pesquisas relacionando o poder público e a sazonalidade turística, comprometendo a profundidade da fundamentação teórica. Outra limitação foi o acesso reduzido aos eventos e programação destes realizados ao longo do ano, onde das três entidades participantes, o calendário de eventos completo pode ser analisado apenas em uma. Por fim, como limitação foi identificado o baixo acesso a dados relacionados a sazonalidade turística e seus impactos em Balneário Camboriú, dificultando a compreensão e argumentação junto aos dirigentes entrevistados.

Como estudos futuros sugere-se fazer o levantamento detalhado de quais são os eventos realizados de março a novembro na cidade de Balneário Camboriú e que possuem potencialidade de atrair visitantes. Também é bastante pertinente pesquisar o número total de visitantes de fora da cidade que são mobilizados por esses eventos.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. Á. **Administração do Turismo: Conceituação e Organização**. Trad: Graciela Rabuske Hendges. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

ALBERINI, B. **Megaeventos: Uma Estratégia de Atração Turística?**. Revista Turismo e Sociedade, v. 7, n. 1, p. 64-16, 2014.

ALLEN, J. *et al.* **Organização e Gestão de Eventos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

BAHL, M. **Eventos: A Importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo: Roca, 2003.

BAGIRAN, D.; KURGUN, H. **A Research on Social Impacts of the Foça Rock Festival: The Validity of the Festival Social Impact Attitude Scale**. Current Issues in Tourism, p. 1-19, 2013.

BANKI, M. B.; ISMAIL, H. N.; MUHAMMAD, I. B. **Coping with Seasonality: A Case Study of Family Owned Micro Tourism Businesses in Obudu Mountain Resort in Nigeria**. Tourism Management Perspectives, v. 18, p. 141-152, 2016.

BESTARD, A. B.; NADAL, J. R. **Cambio Climático y Estacionalidad Turística em España: Um Análisis del Turismo Doméstico de Costa.** Estudios de Economía Aplicada. v. 29, n.3, p. 863-880, 2011.

BIGOVIĆ, M. **The Strength and Dynamics of the Seasonal Concentration in Montenegrin Tourism.** Institute for Tourism, Zagreb, v. 16, n. 3, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. (2015) **Balneário Camboriú é o destino mais competitivo na área social.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20150106.html>. Acesso em: 10 jun. 2015.

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

COUTINHO, H. P. M.; COUTINHO, H. R. M. **Turismo de Eventos como Alternativa para o Problema da Sazonalidade Turística.** Revista Eletrônica Aboré. Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição, v. 3, 2007.

CONNELL, J.; PAGE, S. J.; MEYER, D. **Visitor Attractions and Events: Responding to Seasonality.** Tourism Management, v. 46, p. 283-298, 2015.

CORIOLOANO, L.N.M.T. **O Turismo nos Discursos, na Política e no Combate à Pobreza.** São Paulo: Annablume, 2006.

CUCCIA, T.; RIZZO, I. **Tourism Seasonality in Cultural Destinations: Empirical Evidence from Sicily.** Tourism Management, v. 32, n. 3, p. 589-595, 2011.

DİLEK, S.; KANDEMİR, O. **In the Process of Global Crisis the Importance of Tourism in Decreasing Regional Development Differences: An Evaluation of Kastamonu Province in Turkey.** International Journal of Management and Innovation, v. 5, n. 1, p. 12, 2013.

FONT, A. R.; PENALVA, A. M. R.; SAMPOL, C. N. J. **Efficiency and Seasonality in the Balearic Hospitality Industry.** Estudios de Economía Aplicada, v. 29, n. 3, p. 10-18, 2011.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ. **Eventos.** Disponível em: <<http://culturabc.com.br/eventos-cultura/>>. Acesso em: 16 mai. 2015

GERRARD, S. **The Gender Dimension of Local Festivals: The Fishery Crisis and Women's and Men's Political Actions in North Norwegian Communities.** Women's Studies International Forum, Pergamon, p. 299-309, 2000.

GUO, Y.; KIM, S.; CHEN, Y. **Shanghai Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Quality of Life.** Journal of China Tourism Research, v. 10, n. 2, p. 142-164, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades – Balneário Camboriú**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420200&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 17 jun. 2015.

JACKSON, L. A. **Residents' Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism**. *Journal of Place Management and Development*, v. 1, n. 3, p. 240-255, 2008.

KHIZINDAR, T. **Effects of Tourism on Residents' Quality of Life in Saudi Arabia: An Empirical Study**. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, v. 21, p. 617-637, 2012.

KIM, W. *et al.* **Evaluating the Perceived Social Impacts of Hosting Large-scale Sport Tourism Events: Scale Development and Validation**. *Tourism Management*, v. 48, p. 21-32, 2015.

KIM, W.; KIM, H. **Regional Development Strategy for Increasing Cultural Tourism Business in South Korea**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, v. 18, n. 6, p. 534-548, 2013.

KIM, K.; UYSAL, M.; SIRGY, M. J. **How Does Tourism in a Community Impact the Quality of Life of Community Residents?** *Tourism Management*, v. 36, p. 527-540, 2013.

MARTIN, V. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MOLINA, S. **Turismo e Ecologia**. Bauru: EDUSC, 2001.

NÉRI, L. de F. **Eventos no Litoral do Paraná e o Problema da Sazonalidade**. In: BAHL, M. (Org.). **Eventos: A Importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo: Editora Roca, 2003.

NUNES, T. M.; PLATT, A. A. **A Organização de Eventos como Estratégia de Marketing para o Turismo em Florianópolis**. *Tourism and Management Studies International Conference Algarve*, v. 1, p. 203-214, 2012.

PEGG, S.; PATTERSON, I.; GARIDDO, P. V. **The Impact of Seasonality on Tourism and Hospitality Operations in the Alpine Region of New South Wales, Australia**. *International Journal of Hospitality Management*, v. 31, p. 659-666, 2012.

PÉREZ DÍAZ, C; PÁEZ ESCOBAR, ÁI. **El Turismo de Eventos y Reuniones en Destinos Turísticos Maduros: Un Pilar para Iar e Conversión del Producto Turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife)**. *Investigaciones Turísticas*, v. 7, p. 102-135, 2014.

PETREVSKA, B. **Investigating Tourism Seasonality in Macedonia**. *UTMS Journal of Economics*, v. 4, n. 1, p. 37-44, 2013.

PETROCCHI, M. **Turismo: Planejamento e Gestão**. 2.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PRAYAG, G. *et al.* **London Residents' Support for the 2012 Olympic Games: The Mediating Effect**. *Tourism Management*, v. 36, p. 629-640, 2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ. Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico. **Plano Municipal de Turismo**, 2015, p. 155.

_____. Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico. **Eventos**. Disponível em: <<http://www.secturbc.com.br/tb2013/pt/eventos>>. Acesso em: 16 mai. 2016.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REVISTA INSTITUCIONAL DA SECRETARIA DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC. 2015.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SOM, A. P. M.; AL-SHQIARAT, M. **Effects of Tourism Seasonality to a Highland Destination: Evidence from Al Bahah Province, Saudi Arabia**. *International Journal of Innovations in Business*, v. 2, n. 6, p. 630-644, 2013.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/>>. Acesso em: 19 jun. 2015.