

TURISMO DE EVENTOS: ANÁLISE DO 15º ENCONTRO NACIONAL DE MOTOCICLISTAS DE PIRAPORA-MG

Juliara Lopes da Fonseca

Carlos Alberto Fonseca

José Rodrigo Dias

Patrícia Stefanelli Conceição

RESUMO: O Encontro Nacional de Motociclistas de Pirapora, Minas Gerais, é um evento voltado para a área de entretenimento e do lazer, que movimenta e aquece a economia local em virtude do turismo diferenciado. O objetivo da pesquisa foi avaliar o impacto do 15º Encontro Nacional dos Motociclistas de Pirapora como atrativo turístico. Os dados foram obtidos através de entrevista com o presidente do Moto Clube responsável pela organização do evento e através de questionários aplicados aos turistas participantes. Como principais resultados identificou-se que o evento impacta positivamente a economia da cidade, através do aumento do consumo e, conseqüentemente, da arrecadação de impostos. A dificuldade de obtenção de recursos financeiros foi apresentada como principal entrave para sua realização.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Moto Clube; Pirapora/MG.

ABSTRACT: Pirapora National Motorcycle Meet, Minas Gerais, is an event aimed for entertainment and leisure, which moves and warms the local economy due to the different tourism. The objective of the research was to evaluate the impact of the 15th Pirapora National Motorcycle Meet as a tourist attraction. Data were obtained through interviews with the President of Moto Club responsible for organizing the event and through questionnaires given to participants tourists. The main results identified that the event positively impacts the city's economy by increasing consumption and therefore tax collection. The difficulty of obtaining financial resources was presented as the main obstacle to its realization.

Keywords: Event Tourism; Moto Club; Pirapora/MG.

INTRODUÇÃO

O turismo é uma poderosa ferramenta de inclusão social e contribui fortemente para o crescimento do país. Por outro lado, o desenvolvimento do turismo implica no uso de recursos naturais e histórico-culturais e pode, ainda, impactar na identidade e na cultura de um povo.

Como fonte de renda para a comunidade receptora, a atividade deve ser planejada para que aconteça de forma sustentável a longo prazo. Dessa forma, deve

considerar a proteção ao meio ambiente e a redução da pobreza e das desigualdades regionais, por meio da criação de empregos e da geração de renda.

Para os estados que não são banhados pelo mar, a atividade turística precisa estar direcionada para sua história, cultura e outros atrativos naturais. O estado de Minas Gerais tem sua história atrelada à busca do ouro e do diamante. A atividade turística se desenvolve em grande parte no entorno de cidades que detêm em suas ruas e prédios histórias do período colonial. Mas o estado conta, ainda, com uma vasta extensão territorial com rios, cachoeiras, cultura, culinária e eventos que fazem do estado um destino turístico.

Através da música, da maneira de se vestir e, principalmente, pela reverência que faz à motocicleta, eventos organizados por moto clubes ganharam força e repercussão nacional nos últimos anos. Já tradicional no calendário de eventos no município de Pirapora, o Encontro Nacional de Motociclistas, organizado pelo Moto Clube Kalangos do Sertão, tem como cartão de visitas o Rio São Francisco, um dos maiores e mais admirados rios do Brasil. O evento se configura, dessa forma, como mais uma opção de lazer aguardada por turistas e comunidade.

Destino para quem procura se refrescar e para quem é adepto a esportes radicais, pesca e navegação, Pirapora possui como atrativos o Vapor Benjamin Guimarães, a ponte Marechal Hermes (que interliga os municípios de Pirapora e Buritizeiro), as carrancas e a culinária típica que atraem visitantes de todo o país.

O turismo de “sol e praia” aparece como a principal opção para quem busca lazer e diversão. Todavia, basear a atividade turística em torno de um recurso natural envolve riscos relativos à sua exploração, bem como sofre influências de variações climáticas. A diversificação de atividades turísticas com a realização de eventos de cunho cultural surge como uma alternativa para atração de visitantes.

Cabe, assim, conhecer as possíveis implicações decorrentes da realização de eventos para o turismo de uma cidade. Dessa forma, estabeleceu-se como objetivo deste trabalho avaliar o impacto do 15º Encontro Nacional dos Motociclistas de Pirapora como atrativo turístico.

Para a realização desta pesquisa adotou-se como procedimentos metodológicos a pesquisa de campo, através de questionários e entrevistas, e pesquisa bibliográfica. A estrutura deste estudo contempla uma breve revisão

bibliográfica que apresenta aspectos relevantes sobre a importância do turismo enquanto atividade econômica, as características do turismo de eventos e a apresentação do evento em estudo. Posteriormente, descreve-se a metodologia utilizada e os principais resultados obtidos. Nas considerações finais são apresentadas perspectivas gerais sobre a realização do evento no destino em questão.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

A atividade turística depende de fatores socioeconômicos, sendo sua utilização resultante do nível de distribuição de renda. O turismo tem um papel importante na economia e diversas regiões tem nessa atividade econômica a principal fonte para geração de emprego e renda. Assim, um relevante aspecto da atividade turística é que ela gera oportunidades e vantagens competitivas para todos os investidores, tanto para aquele que organiza uma simples excursão para a praia no carnaval quanto para quem possui uma agência de viagens com toda sua estrutura organizada (SAINZ; ANDRADE-EEKHOFF, 2003).

A noção de desenvolvimento econômico de uma nação pode ser aplicada em nível de região, caracterizando o que se chama “desenvolvimento regional”. Ablas (1991) amplia o conhecimento de desenvolvimento econômico e regional para além da relação entre a interação homem/natureza. Para o autor, o desenvolvimento abrange aspectos como “as relações sociais, a cultura, o habitat humano, a realização individual e, ainda, o meio ambiente” (ABLAS, 1991. p.44).

Barreto (2008) afirma que a atividade turística possui impactos diretos e indiretos no que diz respeito à economia de uma nação. Diretamente, os impactos positivos estão relacionados com gastos que os turistas realizam nas atividades turísticas. Indiretamente, os resultados estão ligados aos prestadores de serviços turísticos que compram bens e outros tipos de serviços de seus fornecedores, o que gera um ciclo benéfico a toda cadeia produtiva do turismo.

Não só a iniciativa privada se beneficia do turismo, o Poder Público também garante sua arrecadação, se beneficiando direta e indiretamente. O Poder Público arrecada através da cobrança de taxas impostas aos turistas, como taxas

alfandegárias e vistos e se beneficia com a arrecadação de impostos das empresas privadas que estão relacionadas à cadeia produtiva do turismo. A arrecadação proveniente do turismo ainda gera muitos benefícios a sua cadeia produtiva, como: aumento da urbanização, incremento das indústrias e da mão-de-obra associadas, aumento da demanda de produtos locais e incremento da entrada de divisas para equilíbrio da balança comercial (BARRETO, 2008).

O turismo é capaz de movimentar os mais diversos setores de atividades produtivas, como a indústria, o comércio, agricultura e a prestação de serviços. A movimentação constante e fluxo de turistas provoca a expansão da produção de bens e serviços, ocasiona a geração de emprego e renda além de divisas por intermédio da utilização dos serviços turísticos, como transporte, hospedagem e uso dos atrativos turísticos (ANDRADE, 1992).

Dessa forma, o desenvolvimento regional é obtido através de uma relação exportação/importação de bens e serviços. A exportação possibilita o pagamento das atividades importadas. O desenvolvimento está na ampliação das atividades econômicas com a respectiva demanda do exterior (ABLAS, 1991). O autor ainda destaca dentro do processo de desenvolvimento o “circuito regional”, que se caracteriza pela distribuição de renda dentro da região produtora dos bens e serviços o que traz, como consequência, o aumento da demanda.

Portanto, a atividade turística pode fomentar a economia dos destinos que tem na atividade a sua geração de renda, fazendo com que a comunidade local se desenvolva economicamente, socialmente e de forma sustentável.

O desenvolvimento das atividades turísticas no contexto brasileiro se deu a partir de políticas públicas que, no final da década de 60, entraram nas pautas governamentais como uma maneira para a inserção do Brasil no cenário internacional.

Os programas governamentais contribuíram para a regionalização do espaço turístico, tanto através de pólos quanto de circuitos turísticos (FREITAS, 2008). Segundo a autora, a regularidade dos elementos do meio físico e de interdependência de infraestrutura, serviços e produção econômica constituem aspectos fundamentais para a organização do espaço. O circuito, dessa forma, seria composto por espaços naturais e histórico-culturais com características comuns,

enquanto o pólo é a região ou a cidade onde há uma maior concentração de turistas por razões relacionadas à acessibilidade, infraestrutura, opções de entretenimento entre outros fatores.

O intuito na integração de diversas cidades dentro de um mesmo contexto geográfico/histórico/cultural visa aumentar o tempo de permanência do turista na região e, ao mesmo tempo, compensar a falta de infraestrutura das cidades menores.

Desenvolver as potencialidades turísticas de uma região é um desafio, o qual se torna inviável se não houver um planejamento prévio. Planejar exige a utilização de dados consistentes e confiáveis os quais nortearão a elaboração das diretrizes para a atividade turística.

TURISMO DE EVENTOS

O turismo de negócios e eventos é definido como “o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, 2006).

Para Getz (1991) os eventos culturais se caracterizam pela concentração de atividades em um número reduzido de dias, com um caráter que o diferencia das atividades já realizadas naturalmente no destino turístico.

Um evento é um produto turístico bastante dinâmico que depende de um organizador para ocorrer, mas não necessitando de atrativos naturais para acontecer. Dessa forma, é possível promover ações que atraiam público para o evento durante todo o ano, reduzindo aspectos sazonais muitas vezes enfrentados por destinos que trabalham com recursos naturais.

Um produto turístico é composto por atrativos, infraestrutura, equipamentos e serviços para a realização da atividade. Esses fatores irão impactar diretamente na intencionalidade de visita do potencial turista. Abreu et al (in: MARTINS, 2003) afirmam que a existência do atrativo, seja natural ou cultural, não é garantia de aceitação, por parte do público consumidor, do local como um produto. Nas palavras dos autores “(...) localidades que possuem lindas praias, cachoeiras maravilhosas e

outros recursos naturais e culturais, se não sabem valorizá-los e prepará-los como produto turístico, não terão sucesso no momento da venda” (ABREU et al. in: MARTINS, 2003, p. 135).

Eventos culturais impactam o destino, os turistas e a comunidade receptora. Ribeiro et al (2006) apresentam ao menos três importantes aspectos a serem considerados: i) o aumento no número de turistas em quantidade e tempo de permanência; ii) aumento da visibilidade o que pode influenciar na repetição de visitas; e iii) atração de investimentos. Os autores ainda apresentam como implicações a redução da sazonalidade e a manutenção de recursos da população local na própria cidade. A imagem percebida é fundamental nesse processo e o poder público entra com a contrapartida de serviços de sua competência como iluminação, segurança, sinalização entre outros.

A realização de um evento implica na capacidade de atendimento da comunidade às expectativas dos visitantes. Esse tipo de produto turístico pode alavancar o número de turistas em uma cidade e ampliar a permanência desses, mas também pode afastá-los, caso o retorno dado ao investimento não seja compatível.

PIRAPORA E O ENCONTRO NACIONAL DE MOTOCICLISTAS

A cidade de Pirapora está localizada na região norte do Estado de Minas Gerais e sua história está atrelada ao Rio São Francisco. Índios Cariris ao subir o rio teriam chegado ao local onde se ergueu a cidade. Também por conta do rio, pescadores, garimpeiros, criadores de gado e outros indivíduos se aventuraram pela região e fixaram residência próxima. Com o auge da navegação, a cidade era ponto de partida e chegada de vapores que transportavam cargas e passageiros. Com a indústria veio também o trem, interligando o sudeste ao norte do país e trazendo consigo o desenvolvimento da cidade (PIRAPORA, 2016).

Com as dificuldades apresentadas para a navegação e a escolha governamental pelas rodovias, Pirapora saiu do cenário como ponto de interligação entre regiões. A economia passou a girar em torno da indústria e, por tal escolha, a renda do município sofre drasticamente com variações econômicas.

O turismo surge como uma alternativa de renda para a comunidade. O contraste do rio com o calor da cidade chama a atenção e, juntamente com outros atrativos, eleva o potencial turístico da cidade.

Já tradicional no calendário de eventos da cidade está o Encontro Nacional de Motociclistas, realizado no feriado de *Corpus Christi*. Em sua décima quinta edição, no ano de 2015, o evento contou com um público estimado de 25 mil pessoas/dia (dados da pesquisa), durante os quatro dias de evento, concentrados na orla fluvial da cidade.

Os encontros de motociclistas, assim como outros tipos de eventos, aparecem como um produto turístico a ser aproveitado por um destino como forma de renovar e diversificar as opções para os visitantes (RIBEIRO *et al.*, 2005). Ao trazer um público com desejos específicos, a satisfação do visitante estará na viabilização de experiências gratificantes e que fogem da rotina diária.

Para Getz (1991), eventos culturais auxiliam para o equilíbrio na relação turista/comunidade ao atender uma demanda local de lazer, além de influenciar na renovação de espaços e desenvolvimento urbano. Dessa maneira, apresenta-se como relevante para a atividade turística, tanto sob o ponto de vista econômico quanto social.

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa configura-se como um estudo descritivo, tendo por objetivo determinar as características de uma população (GIL, 2010). As características da pesquisa descritiva encaminham para a utilização de técnicas padronizadas de coleta, análise e descrição de dados, sendo o questionário uma ferramenta apropriada para este tipo de pesquisa. Laville e Dionne (1999) ressaltam que dentre as vantagens do uso de questionário estão o baixo custo e rapidez na coleta de dados.

Os questionários foram aplicados durante os dias 04 e 07 de junho de 2015, com turistas participantes XV Encontro Nacional de Motociclistas de Pirapora. Os respondentes foram selecionados de acordo com os critérios de acessibilidade e

intencionalidade, totalizando 93 questionários. Os dados foram tabulados com auxílio de planilha eletrônica.

Para complementação dos dados realizou-se uma entrevista com o presidente do Moto Clube Kalangos do Sertão (Entrevistado 1), associação responsável pelo evento, onde foram abordadas as dificuldades e potencialidades de sua realização. Os resultados da pesquisa são apresentados na seção a seguir.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O planejamento da atividade turística deve contemplar os mais diversos segmentos. A diversificação de atividades e atrativos aumentam as possibilidades de regresso do turista, bem como amplia a divulgação positiva do destino.

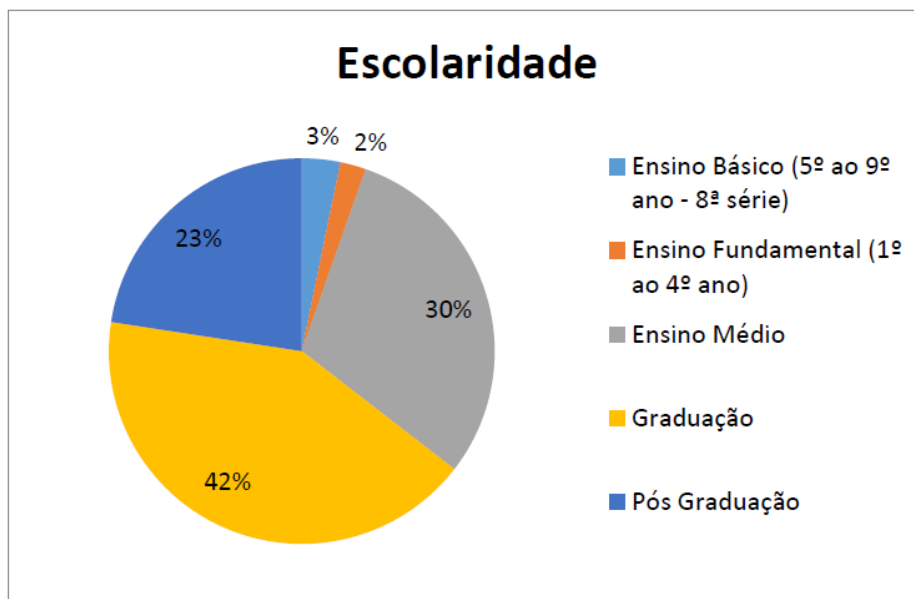
Dessa forma, a realização de eventos como o Encontro de Motociclistas aparece como uma alternativa para atração de um público que movimentam a cidade e a região durante os quatro dias de eventos.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), embora não generalize, apresenta algumas características comuns ao turista de negócios e eventos doméstico e internacional. São elas: escolaridade de nível superior, renda e gastos elevados, exigência de qualidade no atendimento e ocupação na iniciativa privada.

Algumas dessas características foram encontradas na amostra estudada. Dos 93 respondentes, 56% eram do sexo masculino e a grande maioria viajava com a família ou amigos. Cerca de 80% da amostra é composta por adultos em idade ativa, entre 20 e 59 anos, sendo 44% casado e 40% solteiro. Destaca-se que um terço dos respondentes não reside no estado de Minas Gerais.

Sobre o grau de instrução, 65% possui graduação de nível superior, conforme pode ser visualizado no Gráfico 1.

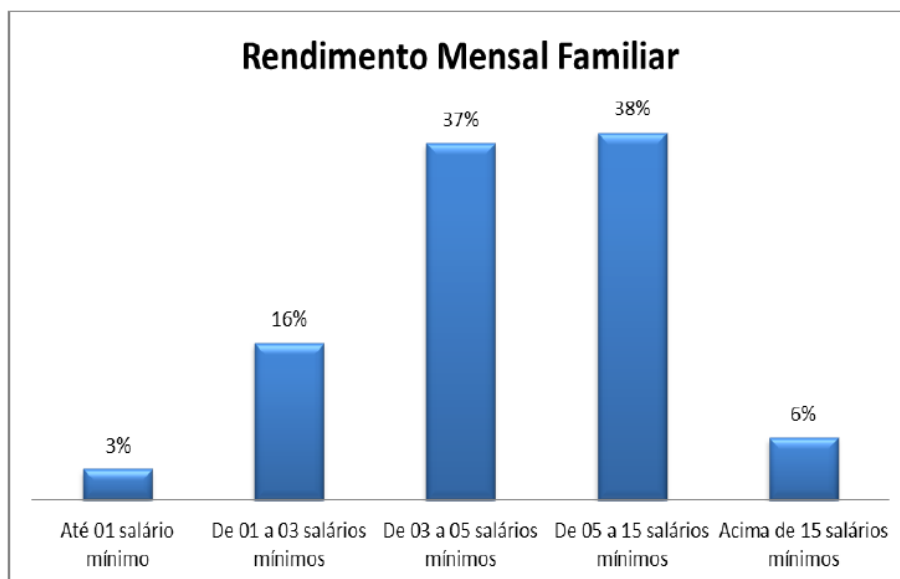
GRÁFICO 1: Escolaridade dos Entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação a renda familiar mensal, 38% recebe de 5 a 15 salários mínimos e 37% de 3 a 5, demonstrando potencial econômico para gastos dos turistas no evento. O Gráfico 2 apresenta o rendimento mensal familiar dos turistas do evento.

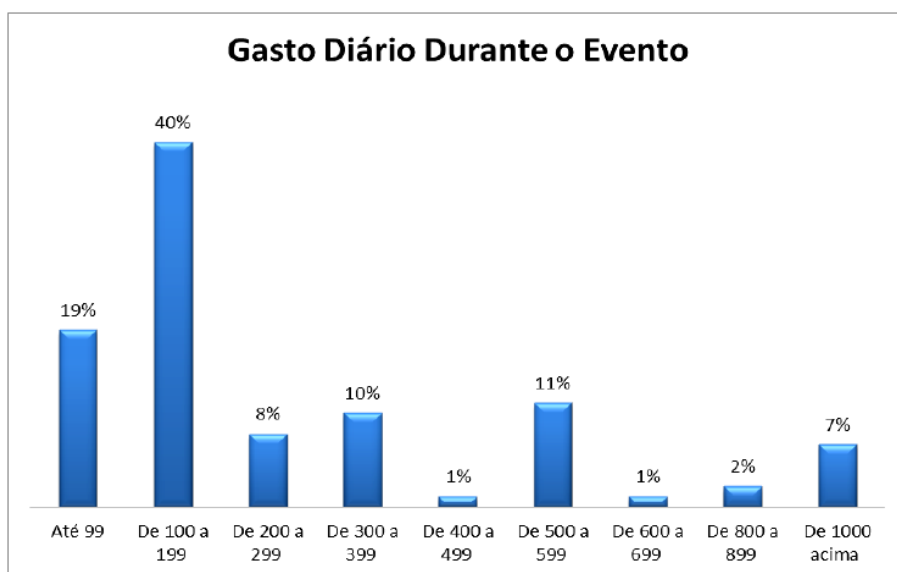
GRÁFICO 2: Rendimento Mensal Familiar dos Turistas



Fonte: Dados da pesquisa.

Corroborando com o alto nível de escolaridade e a faixa etária economicamente ativa dos turistas estão os gastos diários declarados. Cerca de 80% disseram esperar gastar mais de R\$100,00 por dia de evento, Desses, 40% esperavam gastar mais de duzentos reais por dia, o que demonstra a importância econômica do evento para o destino. O Gráfico 3 traz a expectativa de gastos diários dos turistas do evento.

GRÁFICO 3: Expectativa de Gasto Diário do Turista



Fonte: Dados da pesquisa.

Destaca-se que 70% dos entrevistados afirmaram ter realizado compras na cidade e 68% considerou os preços do comércio local condizentes com os praticados no mercado.

Sobre o perfil do público que frequenta o evento, o Entrevistado 1 revela:

“Esse público é muito diversificado. É um público que vem, que gosta de aventura, que gosta de rock, que gosta de pegar a estrada. Às vezes vive ali naquela tensão do seu dia a dia do seu trabalho e o momento de desestressar é pegar estrada. Então, o perfil dele, ele vem pra escutar rock, falar sobre moto, vem pra tomar vento no rosto mesmo. Apesar de que, o nosso público ele é bem eclético, ele é bem diversificado, por que a população prestigia. Então a gente vê na orla, e isso é gratificante pra nós, que você vê crianças, ‘cê’ vê idosos, então você vê jovens” (Entrevistado 1).

A partir do discurso do entrevistado é possível reconhecer que o evento atende a uma necessidade de lazer não só do turista, mas também da população local. Conforme destacado por Ribeiro et al (2006), ao permanecer na cidade durante o feriado as divisas que iriam para outras cidades e outros estados permanecem no município.

Na entrevista realizada com o presidente do Moto Clube Kalangos do Sertão foi possível identificar a relevância econômica do evento para o município. Segundo dados informados pelo Entrevistado 1, no ano de 2015 o evento movimentou cerca de vinte e cinco mil pessoas por dia na área de eventos (orla fluvial). Aproximadamente trezentos moto clubes de diversas cidades e estados vieram prestigiar o evento, cada um com uma caravana de 7 pessoas em média. O impacto econômico está registrado na Receita Estadual que apresenta picos de arrecadação de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) todos os anos entre os meses de maio e junho, períodos de realização do evento. De acordo com o entrevistado, “chega a superar aqui Natal, Ano Novo, em termos de arrecadação dentro do comércio, em termos de ICMS”.

Barreto (2008) enfatiza que a arrecadação proveniente do turismo gera muitos benefícios a sua cadeia produtiva, como: aumento da urbanização, incremento das indústrias e da mão-de-obra associadas, aumento da demanda de produtos locais e incremento da entrada de divisas para equilíbrio da balança comercial.

O Entrevistado 1 ainda destaca:

“o evento de motociclista em Pirapora ele tem um impacto muito grande para o comércio, pra rede hoteleira, bares e restaurantes, de um modo geral, pra todos que mexem diretamente ou indiretamente com o comércio, porque não é só o comércio direto, não é só o hotel. A mulherada que vai prestigiar o evento ela vai numa manicure, ela vai no cabelereiro. Então quer dizer, de um modo geral, todo mundo ganha com o evento de motociclista” (Entrevistado 1).

Dessa forma, observa-se que a realização de evento mobiliza a economia da cidade não apenas por causa do turista que vem visitá-la, mas também pela própria comunidade que acaba aumentando o seu consumo durante os dias de sua realização.

Os benefícios vêm não apenas para a cidade que sedia o evento, mas também para as cidades vizinhas, potencializando a atividade turística em toda a microrregião. Dentre os entrevistados, apenas 21% dos respondentes visitaram a cidade pela primeira vez e aproximadamente 66% já conheceu municípios da microrregião.

Em relação à exigência na qualidade dos serviços prestados, os respondentes mostraram-se satisfeitos com a hospedagem, bares e restaurantes e gastronomia local. Contudo, o resultado não foi o mesmo na avaliação de casas noturnas, passeios turísticos e Feira de Arte e Cultura, onde o que se encontrou foi um alto grau de desconhecimento dos entrevistados sobre esses produtos. Os dados obtidos na podem ser visualizados na Tabela 1.

TABELA 1: Percepção da Qualidade de Produtos Turísticos Ofertados pelo Destino

ASPECTOS AVALIADOS		NÃO SATISFEITO	POUCO SATISFEITO	INDIFERENTE	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	NÃO CONHEÇO
Hospedagem	Freq.	8	6	13	37	17	12
	%	9%	6%	14%	40%	18%	13%
Bares e Restaurantes	Freq.	4	17	3	50	19	0
	%	4%	18%	3%	54%	20%	0%
Gastronomia Local	Freq.	4	10	7	51	19	2
	%	4%	11%	8%	55%	20%	2%
Casas Noturnas	Freq.	9	11	13	12	8	40
	%	10%	12%	14%	13%	9%	43%
Passeios Turísticos	Freq.	8	5	11	17	15	37
	%	9%	5%	12%	18%	16%	40%
Feira de Arte e Cultura	Freq.	2	8	9	26	15	33
	%	2%	9%	10%	28%	16%	35%

Fonte: Dados da pesquisa.

O sucesso na realização de um evento depende de inúmeros fatores. O Ministério do Turismo (BRASIL, 2013) elenca algumas variáveis para avaliação de Serviços e Equipamentos Turísticos. São elas: Sinalização; Centro de Atendimento ao Turista; Espaços para Eventos; Hospedagem e Restaurantes; Turismo Receptivo; e Estrutura de Qualificação para o Turismo.

Nesse sentido, convém destacar as fragilidades e potencialidades na organização do evento. Segundo o Entrevistado 1, a construção da área de eventos na orla fluvial foi um grande ganho para a organização de eventos, pois possibilitou

uma melhor distribuição da infraestrutura necessária para sua execução. A rede hoteleira também vem atendendo de forma satisfatória a demanda nos dias do evento, mas foi destacada a ausência de uma área de camping com estrutura para os visitantes que preferem essa modalidade de acomodação.

O Centro de Atendimento ao Turista da cidade foi inaugurado na semana anterior ao evento. Com o objetivo de atender a população e ao visitante, o espaço tem a missão de divulgar a riqueza e cultura local e, ainda, promover um espaço para o artesão divulgar seus trabalhos (FERNANDES, 2015). Contudo, apesar da existência do espaço, apenas 47% dos entrevistados avaliaram positivamente o item “informações turísticas”. Observa-se que a sinalização dos pontos turísticos é precária, quando levado em consideração os padrões estabelecidos pelo Ministério do Turismo. A maior parte dos pontos turísticos não possui sinalização. Quando há, essa não oferece a descrição do atrativo e tampouco existem informações em língua estrangeira e em braile.

Mostram-se também como fragilidades a ausência de receptivo turístico na cidade e estrutura de qualificação para o turismo. O moto clube responsável pela organização do evento recepciona as caravanas visitantes através de um quiosque montado na orla fluvial, mas esse atendimento é voltado para o público-alvo do evento.

Apesar das dificuldades apresentadas, 65% dos respondentes declaram que a viagem atendeu ou superou as expectativas e 76% classificou a comunidade local como receptiva ao turista. Aproximadamente 85% pretende retornar à cidade e o mesmo percentual a recomendará a amigos e familiares. Esse resultado contraria o resultado obtido por Ribeiro et al (2006) ao analisar o Festival de Vilar de Mouros. O turista que frequenta o Encontro de Motociclistas percebe o município como destino turístico, não tendo sua atenção voltada exclusivamente para a programação do evento.

O número baixo de recursos financeiros é o grande entrave para a realização do Encontro. É vontade do Moto Clube Kalangos do Sertão realizar uma programação com bandas de destaque nacional, mas há a dificuldade financeira para tal. Como opção surge a possibilidade de recursos provenientes de editais

públicos e a captação junto à iniciativa privada, de forma a alcançar a expansão do público, mas mantendo sua característica de evento gratuito.

Em relação à promoção do evento, o Entrevistado 1 destacou que essa se dá através de sites especializados nesse tipo de evento, onde há a disponibilização de calendários nacionais para o público motociclista. Também há a divulgação através de redes sociais, mala direta direcionada a moto clubes e há a distribuição de panfletos em eventos de motociclistas. Apesar de todo o trabalho de divulgação, a propaganda boca-a-boca apareceu como a mais citada entre os entrevistados, indicando a importância da experiência positiva no destino para a atração de novos turistas.

Por fim, destaca-se que os encontros de motociclistas, assim como outros eventos, possuem potencial econômico ao promover a renovação e diversificação de opções para os visitantes (RIBEIRO *et al.*, 2005) e também para a comunidade, sendo relevante tanto para a atividade turística quanto para o lazer local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da realidade econômica que o Brasil enfrenta, a exploração do turismo pode significar a geração de receita e o desenvolvimento regional. A organização de eventos, cada vez mais profissionalizada e complexa, gera empregos e exige uma mão de obra especializada para atender a demanda.

A partir deste estudo foi possível avaliar o impacto e o potencial econômico da realização do evento como atrativo turístico para o município de Pirapora. O Encontro Nacional de Motociclistas aparece como uma alternativa para atração de um público que amplia o fluxo humano e movimenta a cidade e a região durante os dias de sua realização. Embora o objetivo principal do evento seja a interação entre moto clubes, o que se vê é um fluxo de pessoas atraídas pela programação musical durante o feriado.

Entender a necessidade do turista pode impactar positivamente no seu consumo no destino turístico e influenciar diretamente na sua intenção de retorno e indicação da cidade para amigos e familiares. O evento pode, dessa forma, ser

aproveitado pelos agentes ligados ao setor como um momento de divulgação dos atrativos naturais e culturais da cidade e da região.

Todavia, observa-se que para que o evento seja uma ferramenta para o desenvolvimento econômico e regional é necessário que todos os interessados participem do processo de gestão, de forma a transformá-lo em uma estratégia turística do município.

REFERÊNCIAS

ABLAS, Luiz Augusto de Queiroz. Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional. **Revista Turismo em Análise**. v.2, n.1, 1991.

ABREU, et al. Fundamentação Teórica do Produto Turístico. In: MARTINS, J. C. O. (Org.). **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Roca, 2003.

ANDRADE, J.V. de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 1992.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 17.ed. Campinas: Papirus, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. **Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010, p. 61.

_____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional: Relatório Brasil 2013**. Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: Ministério do turismo, 2013.

FERNANDES, F. **Centro de Apoio ao Turista e Pirabike são Inaugurados em Pirapora**. Disponível em: <<http://www.pirapora.mg.gov.br/noticia/1432/centro-de-apoio-ao-turista-e-pirabike-sao-inaugurados-em-pirapora/>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

FREITAS, C. L. **Turismo, Política e Planejamento: Estudo do Circuito Turístico do Diamante no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais**. 391 p. Tese (Doutorado em Geografia). UFMG. Belo Horizonte, 2008.

GETZ, D. Special Events. **Managing Tourism**. MEDLIK (Ed.). Butterworth Heinemann, Oxford, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber: Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas**. 1.ed. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

PIRAPORA. Prefeitura Municipal de. Conheça Pirapora. Disponível em: <<http://www.pirapora.mg.gov.br/cidade>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

RIBEIRO, J. C.; VAREIRO, L. C.; FABEIRO, C. P.; BLAS, X. P. Importância da Celebração de Eventos Culturais para o Turismo do Minho-Lima, **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**. v. 11, p. 61-76, 2006.

SAINZ, J.P.P.; ANDRADE-EEKHOFF, K. Local Development in the Global Economy. **NACLA Report on the Americas**, v.37, n.3, p. 40, 2003.