

**ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE EVENTOS NA
CIDADE DE PALMAS-TO**

Resumo: O turismo de eventos é uma das atividades que cresceu de forma expressiva nos últimos anos, sendo um dos segmentos que mais estimula o crescimento econômico na cadeia do turismo. O estudo teve como objetivo investigar o crescimento do turismo de eventos na cidade de Palmas Tocantins e qual as estratégias utilizadas para o desenvolvimento dessa atividade. No primeiro momento foi realizada uma pesquisa bibliográfica para melhor entendimento sobre o turismo de eventos, posteriormente na pesquisa de campo, realizou-se entrevistas com os dois dos principais articuladores de desenvolvimento desta atividade, a Agência Municipal de Turismo de Palmas e o Palmas *Convention e Visitors Bureaux*, nessa junção foi possível observar a visão e o planejamento para o futuro deste segmento. Juntamente com os estudos teóricos notou – se como o turismo de eventos pode movimentar uma localidade trazendo diversos benefícios para a cidade.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Estratégias; Palmas.

Abstract: Event tourism is one of the activities that has grown significantly in recent years, being one of the segments that most stimulates economic growth in the tourism chain. The study aimed to investigate the growth of tourism events in the city of Palmas Tocantins and what strategies were used to develop this activity. In the first moment a bibliographical research was carried out to better understand events tourism, later in the field research, interviews were conducted with the two main articulators of this activity development, the Municipal Agency of Tourism of Palmas and the Palmas Convention and Visitors Bureau, at this junction it was possible to observe the vision and planning for the future of this segment. Along with the theoretical studies it was noted how event tourism can move a locality bringing various benefits to the city.

Key-Words: Tourism of Events; Strategies; Palmas.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é visto como uma importante atividade para a economia mundial. Segundo o Plano Nacional de Turismo – PNT 2013-2016 a participação do turismo na economia brasileira já representa 3,7% do PIB do país, além do setor contribuir significativamente com a criação de oportunidades de emprego diretos e indiretos (BRASIL, 2013).

Dentre os segmentos da atividade do turismo, o turismo de eventos é uma das modalidades que cresceu de forma expressiva nos últimos anos. Além de movimentar diversos setores da economia, ainda promove a região como um destino turístico, reduzindo a sazonalidade do turismo. Do mesmo modo é responsável por desenvolver o turismo em localidades onde este segmento é pouco explorado (ZANELLA, 2012).

No Brasil o setor de eventos cresceu nos últimos 12 anos aproximadamente 14% ao ano, aumentando sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) do país de 3,1%, em 2001, para 4,32%, em 2013 (ABEOC e SEBRAE, 2013). Percebe-se que assim o setor de eventos produz impacto na economia local, servindo muitas vezes de alavanca para o desenvolvimento do turismo em determinadas localidades.

O presente trabalho tem como objeto de estudo a cidade de Palmas, no Estado do Tocantins, a mais nova capital do Brasil, que vem se destacando pela promoção e captação de eventos nacionais e internacionais, como os Jogos Mundiais dos Povos Indígenas (JMPI) em 2015 e o *Iron Man* em 2016. Sendo assim, esta pesquisa parte do princípio de que a cidade possui grande potencial para o desenvolvimento do setor, o que tem atraído diversos eventos e possibilitado a divulgação da cidade e conseqüentemente atraído um crescente fluxo turístico para a cidade.

Dessa forma, o tema deste estudo surgiu da necessidade de dimensionar o crescimento e a importância do segmento de eventos para a cidade de Palmas, analisando as estratégias de desenvolvimento do turismo de eventos nos últimos anos. Trata-se de uma pesquisa exploratória, sobre o mercado de eventos local, onde o objetivo geral da pesquisa foi investigar as estratégias de desenvolvimento do turismo de eventos na cidade de Palmas nos últimos anos. Assim, buscou-se primeiramente identificar os principais eventos captados para a cidade de Palmas nos últimos cinco anos, caracterizando os principais eventos promovidos pelo órgão gestor de turismo da cidade nesse mesmo período, e ainda analisar as principais estratégias para promoção e captação de eventos para a cidade.

Contudo, este estudo mostrará a importância do setor de eventos para a cidade de Palmas, possibilitando uma visão mais ampla no que tange aos benefícios do turismo de eventos e servindo de orientação para as políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do setor, bem como para a iniciativa privada na definição de estratégias e investimentos.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 TURISMO DE EVENTOS E SUA IMPORTÂNCIA

A primeira definição de turismo, possivelmente seria do economista austríaco chamado *Hermann Von SchullernzSchattennHofen* “Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, estado ou país”(BARRETO (1995) apud MATIAS (2010)).

Mas foi a Organização Mundial do Turismo (2001) que trouxe a definição oficial para o turismo como sendo “O turismo inclui as atividades de deslocamento e permanência em locais fora de seu ambiente de residência, por período inferior a um ano consecutivo, por razões de lazer, negócio ou outros propósitos”.

De acordo com Dias e Aguiar (2002), um aspecto relevante do turismo é que mesmo sofrendo interferência da globalização, o mesmo colabora para o seu crescimento auxiliando no aumento do intercâmbio de ideias e pessoas por todas as partes do mundo.

Atualmente o turismo é uma das atividades que mais cresce no mundo. Em 2006 o turismo mundial foi responsável por US\$ 742,2 bilhões da receita econômica do mundo, e as previsões de crescimento para a atividade até 2020 segundo dados da OMT, apontam um crescimento da atividade turística no mundo da ordem de 4,1% ao ano, sendo que a mesma mantém a média de 4,3% por ano e vem se mantendo nos últimos dez anos (MATIAS, 2010).

O Turismo de eventos é um segmento do setor turístico, considerado uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico e cultural de todo setor turístico de uma região, esse segmento movimenta todo *trade* turístico e utiliza de toda sua estrutura, como restaurantes, meios de hospedagem, comércios dentre outros. Além de ser visto como impulsionador econômico de regiões onde há uma sazonalidade do turismo, também é considerado como uma forma de divulgação de localidades (COUTINHO, 2007).

Andrade (1992) define a atividade de turismo de eventos, como:

Turismo de eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas,

de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicos e operacionais.

O início da segmentação turismo de eventos, segundo Matias (2010) começou ainda na idade média, quando Thomas Cook considerado “Pai do Turismo” organizou uma viagem com um número grande de pessoas para assistir um evento, a Exposição Mundial de Londres que acontecia no Palácio de Cristal, espaço criado especificamente para a realização de eventos. Thomas Cook com suas habilidades de empreendedor organizou diversas viagens para eventos, como: congressos, conferências, feiras, exposições dentre outros. A partir desses fatos percebe-se a importância desse segmento do turismo.

É difícil datar o surgimento do primeiro evento realizado pela humanidade, mas podemos citar que um dos primeiros e mais grandiosos teriam ocorrido na Grécia, os chamados Jogos Olímpicos que ocorreram por volta de 776 a.C. Os Jogos Olímpicos se originaram em Olímpia e eram realizados para homenagear os deuses gregos, principalmente Zeus. Os jogos tinham caráter de integralização entre os povos, e nesse período em que aconteciam os jogos nenhum tipo de batalha era realizado (MATIAS, 2010).

No Brasil, o surgimento dos eventos é antecedente a chegada da Família Real. Até então era realizado somente alguns tipos de feiras semelhantes às que aconteciam na Idade Média onde havia barracas para vender determinados produtos. Esse tipo de feira acontecia em sua maior parte nos domingos e dias considerados santos (BRITO E FONTES, 2002).

As definições de eventos são colocadas de formas diferentes por diversos autores, mas com o mesmo intuito, de caracterizar a atividade como um produto realizado por ações de profissionais com a finalidade de atingir os resultados e alcançar o seu público-alvo.

Segundo Zanella (2012):

Evento são uma concentração formal e solene de pessoas e/ou entidades realizadas em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc.

Dessa forma podemos interpretar eventos como uma atividade com potencial para o desenvolvimento de vários tipos de negócios, podendo desenvolver uma atividade econômica significativa para a localidade que o executa, como por exemplo, o turismo.

Os eventos possuem diversas classificações e tipologias que são trabalhadas por vários autores dentre eles Britto (2002), Matias (2010) e Zanella (2012). Através dessa

classificação podemos compreender melhor qual público o evento deseja alcançar para atingir seu objetivo.

Britto e Fontes (2002) classificaram os eventos da seguinte forma:

Quadro 1- Classificação dos Eventos

1.Categoria	Institucionais	Promocionais	Mercadológicos		
2.Área de interesse	Artística	Científicas	Cultural	Educativa	Lazer
3.Localização	Distritais	Municipais	Regionais	Nacionais	Internacionais
4.Características Estruturais	Pequeno	Médio	Grande		
5. Periodicidade	Fixo	Móvel	Esporádico		

Fonte: Elaborado a partir de Britto e Fontes (2002).

A classificação por tipologia segundo Zanella (2012) tem característica marcante, e ainda possuem diversos tipos. Os mais condicionados a receber fluxo turístico são:

Quadro 2 – Tipologia de Eventos

Conferência	Explicação de um tema de interesse geral, realizado por um especialista da área geralmente com público numeroso e de maior nível intelectual.
Congresso	Realizado na maioria das vezes por entidades e associações cujo objetivo é retratar assuntos da atualidade de interesse do público profissional selecionado.
Concurso	Tem caráter de competição coordenado por um grupo de especialistas e regulamentado onde resguarda o interesse das pessoas e entidades relacionadas.
Convenção	Similar aos citados acima, porém sua característica principal é a diversificação de classes, grupos profissionais ou as organizações promotoras.
Desfile	Em sua grande maioria promovida por empresas de confecções e moda para apresentação de produtos de seu interesse.
Feiras e Exposições	Tem caráter comercial, geralmente de grande porte onde reúnem compradores, fornecedores, consumidores entre outros.
Fórum	Organizado por uma entidade oficial para debate de forma expressivo determinado tema, comumente são abordados temas polêmicos da atualidade.
Palestra	Semelhante à conferência, entretanto possui menor número de participantes que possuem uma noção básica do assunto a ser tratado.
Simpósio	Na maioria das vezes promovida por entidades profissionais para discutir aspectos diferentes de um mesmo tema, o público desse tipo de evento possui qualificação elevada sobre o assunto abordado.

Fonte: Elaborado a partir de Zanella, (2012).

É importante citar também os eventos sociais, que de acordo com a Associação Brasileira de Eventos Sociais estima-se que movimentou em 2014 cerca de R\$16,8 bilhões de reais. Dentre os eventos sociais que mais movimentam a economia das localidades os casamentos ficam em primeiro lugar (ABRAFESTA, 2015).

“O mercado de eventos sociais no Brasil é altamente maduro e registra uma demanda crescente em todas as regiões do país. As empresas prestadoras de serviços estão cada vez mais atentas as necessidades do mercado e em busca de novas tendências e produtos diferenciados”, diz Ricardo Dias, presidente da ABRAFESTA.

O turismo de eventos traz inúmeros benefícios para as cidades receptoras dos eventos. O evento incentiva o turismo, tornando ele um produto turístico. Percebe-se então, que o mercado de eventos está diretamente ligado à atividade turística, ocasionando uma oportunidade do participante do evento explorar a cidade, conhecendo outros atrativos, e utilizando das estruturas turísticas, gerando movimento econômico e promovendo a cidade como destino turístico (MARTINS, 2008).

Segundo dados da pesquisa feita para avaliar o impacto econômico dos eventos, realizados pela EMBRATUR e Ministério do Turismo (2008) apontam que os turistas participantes dos eventos, gastam três vezes mais que um turista de lazer. Os gastos dos turistas estão distribuídos em vários setores, entre eles o setor de hospedagem e alimentação.

Nesse contexto, o turismo de eventos tem crescido significativamente. Segundo a EMBRATUR (1998) no Brasil esse segmento cresce 12% ao ano e ocupa 21º lugar como destinos para eventos internacionais e em 3º lugar no continente americano. A última pesquisa realizada no setor da indústria de eventos do Brasil aponta que o setor de eventos cresceu nos últimos 12 anos, aproximadamente 14% ao ano, aumentando a sua participação no PIB do país de 3,1%, em 2001, para 4,32%, sendo responsável por 7,5 milhões de empregos diretos, indiretos e terceirizados na economia nacional e contribui com R\$ 48,69 bilhões de impostos (ABEOC, 2014).

Percebe-se então de acordo com os dados divulgados na pesquisa acima e sob a visão de Pinheiro (2010) que a arrecadação tributária decorrente dos gastos dos turistas gera um impacto positivo na economia brasileira.

Partindo da percepção de que o mercado de eventos também é um forte aliado para minimizar os problemas causados pela crise econômica, Tenan (2002) complementa afirmando que é no período de crise, que se realiza o maior número de eventos, pois serve de mecanismos para solucionar os problemas causados por ela. Partilhando dessa concepção

Coutinho (2007) acredita que o turismo de eventos serve de solução para o problema da sazonalidade (baixa estação) que afeta diretamente nas empresas hoteleiras, restaurantes, transporte e comércio em geral. Brito e Fontes (2002) definem a sazonalidade turística como: “A concentração das atividades turística sem determinado espaço e tempo e a falta delas em outros períodos, de forma bastantes características”.

2.2. CAPTAÇÃO DE EVENTOS

A captação de eventos segundo Brito e Fonte (2002), “é um conjunto de ações que tem como objetivo principal a conquista de eventos para o núcleo receptor”. Essa captação pode ser feita tanto pela prefeitura, quanto por um órgão não governamental, construída por partes interessadas do turismo local, como de *Convention&Visitors Bureaux*.

De acordo Matias (2010) é de extrema relevância a captação de eventos para uma cidade, pois representa um grande estímulo para a economia, envolvendo um grande número de agentes econômicos, o que dinamiza e incrementa as atividades econômicas. Para muitas localidades a captação e a realização de eventos estão sendo uma das atividades que mais oferecem retorno econômico e social para a cidade que os sedia (TENAN, 2002).

Uma das estratégias para captar eventos para o Brasil e promover a imagem do país no exterior está inserida no programa de promoção, marketing e apoio à comercialização do Plano Aquarela, este programa estimula e apoia as organizações a captarem eventos internacionais, essa política de apoio é principalmente para o segmento de negócio e eventos (CARNEIRO, 2011).

Segundo o Ministério do Turismo, esse segmento de negócio e eventos é estratégico, pois tem a capacidade de minimizar os efeitos da sazonalidade independentemente da existência ou não de atrativos naturais e culturais.

No Brasil os maiores eventos captados, foram eventos esportivos internacionais como, a Copa do mundo em 2014, e Jogos Olímpicos em 2016. Esses eventos internacionais proporcionam inúmeros benefícios para o país que sedia o evento, dentre elas o fator econômico e o marketing do Brasil.

O órgão responsável pela captação de eventos é chamado de *Convention&Visitors Bureaux* – C&VB e tem como principal objetivo a captação de eventos e visitantes para a região geográfica que eles representam fazendo assim o marketing da cidade. O C&VB é um órgão não governamental e é mantida pelo *trade* turístico da região, como hotéis, agências de

viagens, prestadoras de serviços, transportadoras, ou qualquer outra empresa ligada direta ou indiretamente ao turismo (TENAN, 2002).

No Brasil, o Rio de Janeiro e São Paulo foram os primeiros estados a criarem seu C&VB, seguido de Belo Horizonte e Salvador. Suas ações vão desde captação e criação de congressos para estimular as entidades e órgãos a realizarem seus encontros na cidade que o C&VB representa como elaboram calendário de eventos, material impresso contendo informações da cidade sobre estrutura, promotores de eventos, dentre outras informações da área de turismo e eventos da cidade (MARTINS, 2008).

O Palmas C&VB foi fundado no final de 2008 cujo diretor-presidente escolhido foi o senhor Dagoberto Koelle, empresário do setor hoteleiro da cidade. Desempenhando um trabalho relevante para o turismo de eventos da capital. No entanto, o C&VB de Palmas por muito tempo teve suas atividades pouco movimentadas, e somente no ano de 2015 com a eleição de uma nova diretoria teve uma possível retomada de suas atividades que contou com apoio da AGTUR (PREFEITURA DE PALMAS, 2015).

3. METODOLOGIA

O presente estudo adotou o tipo de pesquisa exploratória e descritiva, pois pretende compreender o problema com maior familiaridade a respeito do desenvolvimento do turismo de eventos na cidade de Palmas. Segundo Gil (2010) a pesquisa exploratória têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Já a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir com maior precisão possível, a frequência com que em fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características (CERVO, 2007).

Os procedimentos metodológicos utilizados para elaboração deste estudo foram: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio de livros, artigos e materiais disponíveis via internet sobre os temas abordados no decorrer do estudo. A pesquisa documental foi realizada através de dados da Agência Municipal de Turismo (AGTUR) da cidade de Palmas e o Plano Plurianual do município (PPA) além do calendário de eventos da cidade.

De acordo com Gil (2010) a pesquisa documental é semelhante à pesquisa bibliográfica, visto que as mesmas utilizam se de dados já existentes, a diferença entre as

duas são as fontes, enquanto a pesquisa bibliográfica se estrutura com apoio de estudos já publicados, ou seja, de fontes secundárias, como livros, monografias, artigos dentre outros, a pesquisa documental são documentos feitos para diversas finalidades e diferentes formatos, podendo ser um texto escrito em um papel ou documentos eletrônicos que sejam capazes confirmar algum fato ou acontecimento.

Do mesmo modo, com o objetivo de investigar as estratégias de desenvolvimento do turismo de eventos no município de Palmas na pesquisa de campo, realizou-se entrevistas com o gestor do órgão Municipal de Turismo e o representante do PalmasConvention e Visitors Bureaux entidade que trabalha com a finalidade de captar eventos para a cidade. As entrevistas foram realizadas através de roteiro semi estruturado de forma individual e registradas por meio de gravação de voz, com autorização prévia dos participantes.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A Análise do turismo de eventos na cidade de Palmas - TO no período de 2013 a 2017 baseou-se em pesquisa documental, entrevista in loco através de questionário semi-estruturado com o gestor de turismo de Palmas e o presidente do Convention e Visitors Bureaux da cidade de Palmas-TO.

Para tanto, esta análise está estruturada em três etapas, sendo a primeira a identificação dos principais eventos captados para a cidade de Palmas no período de 2013 a 2017, a segunda, caracterização dos principais eventos promovidos pela prefeitura de Palmas nos últimos cinco anos. A terceira e última etapa é a análise das principais estratégias para promoção e captação de eventos no município de Palmas.

4.1. PRINCIPAIS EVENTOS CAPTADOS PARA PALMAS NO PERÍODO DE 2013 A 2017

Os principais eventos captados pela prefeitura de Palmas foram os eventos internacionais: 1º Jogos Mundiais dos Povos Indígenas (JMPI) realizado em 2015 e o *Iron Man* realizado em 2016 e 2017. Ambos os eventos de grande porte como mostra os números no quadro a seguir:

Quadro 3 - Eventos internacionais captados para Palmas

EVENTO	LOCAL	DATA	ESTIMATIVA DE PÚBLICO
1º edição JMPI	Arena Estádio Nilton Santos	Novembro /2015	140 mil pessoas, em 9 dias
<i>IronMan70.3</i>	Praia da Graciosa	Abril / 2016	1000 atletas*
<i>IronMan70.3</i>	Praia da Graciosa	Abril / 2017	800 atletas*

Fonte: Pesquisa de Campo, 2017.

*Por se tratar de um evento aberto não se tem estimativa de público.

A cidade de Palmas foi escolhida pelo Governo Federal e anunciado pelo Ministério do Esporte para sediar A 1º edição dos Jogos Mundiais dos Povos Indígenas (JMPI). De acordo com Fonseca (2016), os JMPI é um evento composto por esportes de demonstração, que se dividem em jogos tradicionais ou jogos nativos de integração. Outra parcela do evento é composta por esportes ocidentais competitivos, que também têm a característica de unificação das etnias e povos indígenas.

Os JMPI deixou um legado importante para Palmas, proporcionando grande visibilidade para a cidade, o que permitiu que outros eventos de grande porte viessem para a capital. Em termos de números, o evento internacional contou com 400 jornalistas presentes, participaram dos jogos cerca de 1.700 atletas indígenas, sendo 1.129 de indígenas brasileiros e 566 de origem estrangeira. Durante a realização do evento, que ocorreu entre 23 de outubro a 1º de novembro de 2015, 140 mil pessoas passaram pela Vila dos Jogos em nove dias de evento. Segundo a prefeitura de Palmas R\$ 20 milhões de reais foram injetados na economia da capital, (FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE, 2018).

O Circuito *IronMan* é um dos maiores eventos de triatlão do mundo. No ano de 2016 Palmas foi palco pela primeira vez dessa competição que reuniu mais de mil atletas de 22 países na cidade, segundo a Fundação Municipal de Esporte e Lazer (FUNDESPORTE, 2017).

A cidade de Palmas está se consolidando como a capital do esporte, sendo palco de grandes eventos nacionais e internacionais esportivo. Segundo a Prefeitura de Palmas esses eventos são muito importantes para o município porque movimentam toda a cidade e deixam divisas para a capital.

O *IronMan 70.3* também ocorreu no ano de 2017 e contou com 800 atletas de 8 países. Os organizadores do evento ofereceram premiação em dinheiro e posição no ranking para os

profissionais. O *Iron Man* de 2017 na capital inovou sendo o primeiro com competição voltada para o público infantil.

O ponto de largada e chegada da competição ocorreu no cartão postal da cidade, a praia da Graciosa. Além dos competidores a cidade também recebeu voluntários de outros estados brasileiros para ajudar e prestigiar o evento. (PREFEITURA DE PALMAS, 2017).

4.2. PRINCIPAIS EVENTOS PROMOVIDOS PELA AGÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO DE PALMAS

A Agência Municipal de Turismo de Palmas (AGTUR) promove todos os anos um calendário anual de eventos. Logo no início do ano acontece o “Capital da Fé” em Fevereiro, em Julho realiza-se a “Temporada de Férias”, em Setembro o “Festival Gastronômico de Taquaruçu” e no final do ano acontece o “Natal dos Sonhos”, conforme o apresentado abaixo no quadro:

Quadro 4 - Principais eventos promovidos pela AGTUR entre 2013 e 2014

EVENTO	Ano	Mês	LOCAL	ESTIMATIVA PÚBLICO
Carnaval	2013	Fevereiro	Praia das Arnos, Taquari, Av. Teotônio Segurado e Taquaruçu	60 mil pessoas em 4 dias
Temporada de férias	2013	Julho	Praias das Arnos, Caju e Prata.	70 mil pessoas
Festival Gastronômico de Taquaruçu	2013	Setembro	Distrito de Taquaruçu	90 mil pessoas
Carnaval	2014	Fevereiro	Praia das Arnos, Taquari, Av. Teotônio Segurado e Taquaruçu	70 mil pessoas em 4 dias
Temporada de Férias	2014	Julho	Praias das Arnos, Caju, Prata e Graciosa	65 mil pessoas
Festival Gastronômico de Taquaruçu	2014	Setembro	Distrito de Taquaruçu	110 mil pessoas, 4 dias de eventos

Fonte: Pesquisa de Campo, 2017

Conforme observado nos quadro 4 a AGTUR promoveu três eventos nos anos de 2013 e 2014: Carnaval, Temporada de Férias e Festival Gastronômico de Taquaruçuseguindo uma mesma programação de eventos que a população de Palmas estava costumada a receber.

Quadro 5 - Principais eventos promovidos pela AGTUR de 2015 a 2017

EVENTO	Ano	Mês	LOCAL	ESTIMATIVA PÚBLICO
Palmas Capital da Fé	2015	Fevereiro	Av. Teotônio Segurado	84 mil em 4 dias
Temporada de Férias	2015	Junho	Praia das Arnos e Graciosa, Parque Cesamar, Taquari, Ginásio Ayrton Senna	400 mil pessoas
Festival Gastronômico de Taquaruçu	2015	Julho	Distrito de Taquaruçu	120 mil pessoas em 5 dias
Natal dos Sonhos	2015	Dezembro	Parque Cesamar	
Palmas Capital da Fé	2016	Fevereiro	Estacionamento do Estádio de Nilton Santos	90 mil pessoas em 4 dias
Temporada de Férias	2016	Julho	Praia da Graciosa	30 mil pessoas
Festival Gastronômico de Taquaruçu	2016	Setembro	Distrito de Taquaruçu	120 mil pessoas em 4 dias de evento
Natal dos Sonhos	2016	Novembro e Dezembro	Parque Cesamar	10 mil pessoas no 1º dia do evento
Palmas Capital da Fé	2017	Fevereiro	Estacionamento do Estádio de Nilton Santos	120 mil pessoas em 4 dias
Temporada de Férias	2017	Junho/julho	Praia da Graciosa	300 mil pessoas durante toda a temporada.
Festival Gastronômico de Taquaruçu	2017	Setembro	Distrito de Taquaruçu	120 mil pessoas em 5 dias
Natal dos Sonhos	2017	Novembro e Dezembro	Parque Cesamar	400 mil pessoas

Já em 2015, a Prefeitura de Palmas, através da AGTUR buscou uma estratégia de eventos que pudessem atrair mais turistas para a capital e lançou o “Palmas Capital da Fé”. Segundo o gestor da AGTUR “esse segmento de carnaval religioso é uma estratégia de gestão, para movimentar o turismo de eventos da cidade”. Outro evento promovido pela AGTUR que tem atraído muitos turistas regionais para a capital é o “Natal dos Sonhos” que acontece desde 2015 com decoração de natal em toda cidade e apresentações de coral e desfile de Natal.

A AGTUR de Palmas, além de promover eventos no município como mostrado no quadro anterior, também apoia eventos realizados por outros órgãos públicos do município e do estado, associações e confederações de classe, conforme apresentado no quadro 5:

Quadro 5 - Outros eventos captados e realizados com o apoio da AGTUR entre 2013 e 2017

EVENTOS	CARACTERISTICAS
2013 a 2017 Luau Praia da Graciosa	Luau da Praia da Graciosa é um evento que acontece no período de férias, no mês de julho na praia da Graciosa em Palmas com várias atrações artísticas de músicas nacionais e regionais. Cerca de 4 mil Palmenses e turistas compareceram nesta última edição de 2017.
2014 Palmas Moto Capital	Palmas Moto Capital, é um encontro de motociclistas realizado na cidade de Palmas/TO em 2014. Segundo AME-TO o evento reuniu uma média de 2.000 motociclistas vindos de todo o Estado do Tocantins e de diversos municípios do Brasil e cerca de 15.000 pessoas em 4 dias de evento, na Praia da Graciosa, em Palmas, Tocantins.
2015 Campeonato de Pesca	O Torneio Nacional de Pesca Esportiva é um evento promovido pela Prefeitura de Palmas, por meio da AGTUR em parceria com a Sociedade Tocantinense de Pesca Esportiva.
2016 27ª Encontro Nacional da Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes)	O encontro da Abrasel foi um evento captado para Palmas em 2016 e reuniu empresários, profissionais e fornecedores do setor da alimentação de várias regiões do Brasil. O evento aqueceu o setor turístico de Palmas e possibilitou que possíveis investidores do país conhecessem a cidade.
2017 Rally Baja 500	É uma prova esportiva de aventura com o objetivo de colocar em mérito a velocidade e a resistência dos pilotos e das máquinas. Acontece em Palmas desde 2015 a 1º e a 3ª edição teve largada em Palmas.
Anual Arraiá da Capital	Considerado uma manifestação da cultura popular, o “Arraiá da Capital” é um concurso de quadrilhas Juninas, promovido pela Prefeitura de Palmas, por meio da Fundação Cultural de Palmas. O evento é realizado no mês de Junho na Vila Olímpica de Palmas, já é tradicional na cidade e está na 25º edição.
2017 Campeonato Nacional de Parapente	O 2º Campeonato Brasileiro de Voo Livre de Parapente foi realizado na cidade de Palmas em Junho de 2017, com o apoio da prefeitura. O evento aconteceu na Serra de Lajeado e contou com a participação de 35 pilotos de voo livre de 10 estados Brasileiros.
2017 3ª etapa do Circuito Brasileiro Challenger de Vôlei de Praia	O Circuito Challenger de Vôlei de Praia é o segundo maior evento de vôlei de praia do mundo. A 3ª etapa foi realizada na Praia da Graciosa no mês de Junho de 2017 em Palmas. A cidade recebeu 57 atletas de vários estados Brasileiros.

Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

4.3. PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS PARA PROMOÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS NO MUNICÍPIO DE PALMAS

Com o objetivo de conhecer as estratégias de promoção e captação de eventos para o município de Palmas foram entrevistados o gestor da AGTUR de Palmas e o Presidente do Palmas *Convention & Visitors Bureaux*.

A entrevista com o gestor da AGTUR de Palmas dividiu-se em duas etapas: A vocação da cidade de Palmas para o turismo de eventos e as ações do poder público para o desenvolvimento do turismo de eventos na cidade.

De acordo com o entrevistado, a cidade possui uma grande vocação para o turismo de eventos. Por ser uma cidade nova, muitas pessoas pertencentes a diversas associações de classe tem curiosidade em conhecer a mais nova capital do país. Porém, a cidade ainda não consegue receber determinados tipos de eventos, como grandes congressos por ainda não possuir espaços para esse tipo de evento.

Já a respeito da infraestrutura, os meios de hospedagens da cidade vêm aumentando ao longo dos anos e já possui uma quantidade satisfatória de aproximadamente cinco mil leitos (PREFEITURA DE PALMAS, 2017). A cidade ainda conta com um aeroporto geograficamente bem localizado, com bom acesso. Além disso, observa-se o crescente número de companhias operando para a capital com voos diretos de duas das principais cidades do Brasil, como Brasília e São Paulo, entretanto a malha aérea ainda não favorece positivamente a cidade.

De acordo com o entrevistado os gestores municipais tem priorizado o turismo de eventos por ser um turismo cujo retorno financeiro é mais rápido, gerando divisas para o município, porém não abandonando o turismo de lazer, mas aproveitando os grandes eventos para promover o turismo de lazer da cidade que possui também um grande potencial.

Palmas possui um grande diferencial que é a sua localização geográfica no centro do Brasil. Apesar da malha aérea ainda não favorecer a cidade, alguns outros fatores fariam com que a cidade se consolidasse nesse tipo de turismo, um deles seria a construção de um novo Centro de Convenções de grande porte, que segundo o gestor já existe um projeto para tal. “Palmas já conta com um centro de convenções, porém de pequeno porte, que é relativamente novo e abriga uma boa parte dos eventos realizados na capital. Alguns organizadores tinham

tanto interesse de realizar evento em Palmas que diminuíram capacidade do evento somente para ser realizado na cidade” afirma o gestor de turismo de Palmas.

De acordo com a previsão do crescimento do turismo de eventos em Palmas, a cidade vem se consolidando aos poucos. “Alguns eventos que antes não eram dados tanta importância como formaturas, que na maioria das vezes eram realizados em cidades vizinhas como Goiânia, hoje esse tipo de evento já recebe todo apoio inclusive do setor público. O centro de Convenções da cidade inclusive já possui agenda lotada para 2018 com diversos tipos de eventos desde formaturas até feiras de calçados atacadistas”. “E é através destes eventos que a cidade vem cada vez mais ganhando visibilidade tanto no turismo de eventos como no turismo de lazer, pois ao vir para a cidade para participação de determinado evento o visitante conhece as belezas naturais que são de fácil acesso como a Praia da Graciosa e o Distrito de Taquaruçu”.

A segunda etapa da entrevista com o gestor municipal buscou investigar as ações realizadas pelo poder público para desenvolver o turismo de eventos em Palmas.

Segundo o gestor não existe nenhum estudo para o desenvolvimento do turismo de eventos em Palmas. “O que vem sendo realizado é um monitoramento através do Centro de Atendimento ao Turista, além de pesquisas com público do evento, e nos hotéis para averiguar se realmente o evento está impactando a rede hoteleira e assim consequentemente no restante do *trade*”. Estas pesquisas servem de direcionamento para o gestor, como uma ferramenta que ele pode utilizar para melhoria e desenvolvimento do turismo de eventos já que não possuem um estudo ou um planejamento estratégico com informações pertinentes ao desenvolvimento dessa atividade.

Porém, foi relatado durante a entrevista que as informações sobre o planejamento do turismo de eventos da cidade de Palmas estão previsto no PPA, onde é possível encontrar as estratégias voltadas para o turismo de modo geral, inclusive algumas ações a serem desenvolvidas para os anos seguintes relativas ao turismo de eventos.

Apesar de não possuir um estudo específico para o desenvolvimento do turismo de eventos, existem algumas ações estratégicas importantes para o desenvolvimento do turismo de eventos em Palmas. Essas ações são prioritárias para que o desenvolvimento do turismo de eventos aconteça. Como destaque foi citado a estrutura para suportar os visitantes, como por exemplo, um número de leitos satisfatórios, além do centro de convenções funcionando corretamente. “Isso tudo é observado também na hora da captação de determinado evento,

para que as pessoas não saiam com má impressão, caso a cidade não comporte determinado evento a prefeitura prefere dispensar e buscar melhorias para que em uma próxima oportunidade o evento possa ser realizado na cidade”.

Como estratégia para o desenvolvimento do turismo de eventos existe um trabalho de captação que vai além de atrair eventos. “A prefeitura realiza um trabalho de incentivo de isenções de algumas taxas e custos municipais para que o evento possa ser realizado em Palmas. Além de apoiar associações de classes na candidatura para trazer o evento para a cidade, ou seja, a Prefeitura dá um suporte para que essas associações de classe que também são grandes realizadoras de eventos entre eles nacionais, para que tragam esses eventos para Palmas”

Durante a entrevista foi abordado o papel do setor público para o desenvolvimento do turismo de eventos, “quando a atividade turística de modo geral é tratada como atividade econômica e não somente atividade de lazer o seu desenvolvimento acontece”, diz o gestor, que ainda afirma que “quando o gestor municipal de uma cidade não trata com a importância devido à atividade turística, o seu desenvolvimento fica estagnado”.

Por fim, na entrevista com o gestor da AGTUR foi questionado sobre o calendário de eventos de Palmas. “O calendário que englobaria todos os eventos realizados durante o ano, seja ele da Prefeitura, do C&VB, ou de qualquer outra entidade é inexistente”. O que existe na cidade de Palmas é um calendário no Centro de Convenções com os eventos que acontecerá no local e ainda um calendário com os eventos promovidos pela prefeitura anualmente como “Carnaval da Fé”, “Temporada de Férias”, “Festival Gastronômico de Taquaruçu” e “Natal dos Sonhos”. “Vale ressaltar a importância de um calendário que centralize todos os eventos de todos os órgãos e esferas, mas ainda não foi concretizado”.

4.3.2 TURISMO DE EVENTOS NA VISÃO DO PALMAS CONVENTIONE VISITORS BUREAU X

A segunda parte da pesquisa de campo foi direcionada ao C&VB de Palmas. Onde foi realizada entrevista com a atual presidente do C&VB de Palmas, que também é empresária pioneira no segmento hoteleiro de Palmas. Foram realizadas perguntas abertas voltadas para atuação do C&VB em Palmas.

Como abordado no capítulo dois o C&VB existe em várias partes do mundo e “suas iniciativas são voltadas para a captação de eventos e de fluxo turístico divulgando a cidade e a região em que está instalada, por meio de ações de capacitação ou apoio a congressos,

convenções e eventos nacionais e internacionais”. Além ainda da organização do calendário de eventos nas cidades para que não ajam conflitos de eventos na mesma data, deixando muitos eventos acumulados somente em um determinado período (PREFEITURA DE PALMAS, 2017).

De acordo com a entrevistada, “uma das principais vantagens na captação de eventos é movimentar a economia da cidade, pois quando a cidade recebe um determinado tipo de evento todo o *trade* turístico como restaurantes, supermercados, meios de transportes privados e outros são beneficiados com a movimentação de visitantes do evento”.

Foi destacado pela empresária que “o C&VB de Palmas é uma entidade não governamental, organizada por empresários do *trade* turístico, mas que o apoio do poder público é importante para o desenvolvimento econômico da atividade turística”. O C&VB são órgãos locais pertencentes a um município que por sua vez é interligado a Confederação Nacional de C&VB, mas atuam separadamente pois cada município tem características diferentes com infraestruturas diferentes para receberem determinado tipo de evento.

A atuação do C&VB de Palmas ainda é tímida e não possuem nenhum tipo de calendário de eventos da cidade. “Até o momento nenhum evento foi promovido ou captado pelo C&VB de Palmas nesta nova gestão do *Convention*. No entanto, o ano de 2018 será marcado pelo início dessa nova fase do C&VB de Palmas, que não só criou, mas que realizará um grande evento com duração de pouco mais de dez dias em vários pontos diferentes da cidade e que pode entrar para ao calendário como um dos eventos que acontecem anualmente. O evento marcará essa nova fase do C&VB de Palmas mostrando a comunidade o que é o C&VB como ele age, e como pode ser importante para a cidade”, relata à entrevistada.

Assim como a AGTUR, o C&VB de Palmas abordou o diferencial da cidade de Palmas para o desenvolvimento do turismo de eventos. Destacou a localização geográfica e as belezas naturais que a cidade possui, e ainda o fácil acesso a esses locais. Foi ressaltada também a dificuldade de não poder receber determinados tipos de eventos devido à falta de um Centro de Convenções que suporte um público maior e ainda por a cidade não possuir grandes auditórios, ou seja, “existe certa dificuldade de receber eventos que necessitam ser realizados em locais fechados ficando limitado a alguns tipos de eventos. Dessa forma o C&VB de Palmas tem priorizado ou almejado eventos que possam ser realizados em locais abertos”.

Foi observado durante a pesquisa que em 2018 o C&VB de Palmas será bastante atuante com previsão de eventos já para o segundo semestre, além do já citado anteriormente que acontecerá em Março deste ano de 2018. Durante a entrevista quando perguntado da relação do C&VB de Palmas com o *trade*, as respostas foram que “há uma boa interação entre ambos e que reconhecem o trabalho do C&VB”.

E é através da Lei Federal de Incentivo à Cultura que o *trade* tem conseguido maiores incentivos para movimentar o turismo na cidade, para que seus estabelecimentos tenham fluxo constantemente, já que o número de alguns deles, como da rede hoteleira dobrou nos últimos anos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo, investigar o desenvolvimento do turismo de eventos na cidade de Palmas, considerando os eventos promovidos pela Agencia Municipal de Turismo nos últimos cinco anos, e investigando as estratégias de promoção e captação de eventos para a cidade de Palmas. O principal questionamento é saber se houve um crescimento do número de eventos na capital e qual importância da realização desses eventos para a cidade.

Diante dos dados apresentados, podemos perceber que houve um crescimento no número de eventos realizados em Palmas, tornando o turismo de eventos um mercado bastante promissor para a cidade. Os eventos promovidos anualmente pela prefeitura de Palmas, através da AGTUR já fazem parte do calendário de eventos do município e já se consolidaram para os Palmenses, de modo que são de extrema importância para a economia da cidade.

Outro fator importante, são os eventos captados pelo município (*IronMan*, 1º edição dos Jogos Mundiais dos Povos Indígenas), que mostra um grande número de movimentação turística na cidade. Assim podemos notar a importância do turismo de eventos para a cidade de Palmas, tornando mais uma alternativa econômica relevante para a capital.

Portanto, pode-se notar que o turismo de eventos na cidade de Palmas, está em constante crescimento, o que tem contribuído para o desenvolvimento turístico, incrementando as atividades econômicas e movimentando todo o *trade* turístico da cidade. Observou-se também que Palmas está ganhando notoriedade através dos eventos nacionais e internacionais sediados na cidade, se tornando referência como capital sede de grandes eventos.

Entretanto, é possível observar ainda que existe dificuldade em captar eventos de grande porte, principalmente os que exigem um público maior em local fechado, porque a cidade não possui ainda um Centro de Convenções com capacidade para mais de mil e quinhentas pessoas. Outro fator agravante é a falta de grandes auditórios pois os vários existentes na capital são pequenos perante aos grandes congressos que são realizados em todo o Brasil.

Observou-se ainda que a atuação do C&VB de Palmas ainda é inexpressiva, porém existem ações previstas para 2018 que irão proporcionar maior destaque perante o *trade* turístico e população de modo geral.

Outro fator limitante para o desenvolvimento do turismo de eventos em Palmas é a falta de um calendário de eventos anual para a cidade, onde envolva os eventos promovidos e captados por todos os órgãos e entidades, privadas e públicas, para que atuação do C&VB de Palmas seja mais eficaz.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, S. Turismo de eventos: **A Importância dos eventos para o desenvolvimento do Turismo**. 2004.75 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Turismo) - Centro de Excelência em Turismo, Brasília, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Pesquisa da Associação Brasileira de Eventos Sociais mostra que o mercado de festas e cerimônias atingiu R\$ 16,8 bi no ano passado**. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2015/05/pesquisa-da-associação-brasileira-de-eventos-sociais-abrafesta-mostra-que-o-mercado-de-festas-e-cerimonias-atingiu-r-168-bi-no-ano-passado/>> acesso em: 12 de Março 2018.

ANDRADE, J. V. **Turismo**: Fundamentos e dimensões. 3 ed. São Paulo: Ática, 1992.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 3 ed. Campinas SP: Papyrus, 1995.

BARRETO, M; BURGOS, R; FRENKEL, D. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas SP: Papyrus, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília, DF, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos**: orientações básicas. ed. 2. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Orientacoes_Basicas.pdf> acesso em 09 de Agosto de 2017.

BRITTO, J; FONTES, N. **Estratégia para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. 2 ed. São Paulo: Roca, 2002.

CARNEIRO, Laís. **Política de apoio à captação de eventos internacionais no Brasil**: análise do ranking ICCA entre 2003 e 2009. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 5, n.3, p. 338-355, dez. 2011.

CERVO, A.L; BERVIAN, P. A; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

DIAS, R; AGUIAR, M.R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Alinea, 2002.

EMBRATUR, **Indicadores de turismo**. Brasília. Maio / 2000.

ERIG, G. A; SANTOS. K.M.C **Festival gastronômico de Taquaruçu – Palmas- Tocantins formação de identidade e fomento do turismo no norte do Brasil**. Jornada científica JICE. Instituto Federal do Tocantins. Palmas Tocantins. 2015.

FONSECA, Janaína M.A.A. **Jogos mundiais D dos povos indígenas: Evento esportivo e de Lazer como atração Turística e Interação entre os povos**. Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. Foz do Iguassu Paraná, 2016.

FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE. **Jogos Mundiais dos Povos Indígenas (JMPI)** .Prefeitura de Palmas. Disponível em: <<http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/fundacao-de-meio-ambiente/noticia/1506095/jogos-mundiais-dos-povos-indigenas-jmpi-deixaram-um-legado-incalculavel-para-palmas/>> acesso em 18 de fevereiro de 2018.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE PALMAS. **EDITAL Nº 008/2017/FCP – 25º ARRAIÁ DA CAPITAL**. 2017.

GIACAGLIA, M. C. **Eventos: como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Wanessa Renault. **A trajetória dos Conventions and Visitors Bureaus (C&VBX) e a contribuição para o marketing de destinos turísticos**. *Estação Científica Online*. Juiz de Fora, n. 06, Ago./Set. 2008. Disponível em: <<http://cms.estacio.br/media/3304283/3-a-%20trajetoria-conventions-visitors-bureaus-contribuicao-para-marketing-destinos-turisticos.pdf>> Acesso em 15 de Julho de 2017.

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 5ed. Barueri, SP: Manole, 2010.

PINHEIRO, C. R. **Turismo de eventos: análise do mercado de eventos internacionais na cidade do Rio de Janeiro**. 2010.69 f. monografia (Graduação em turismo) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

PREFEITURA DE PALMAS. Fundação Municipal de Esporte e Lazer. **Iron Man 70.3 Palmas**. Disponível em: <http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/esporte/noticia/1502265/voluntarios-vivem-a-expectativa-do-ironman-703-em-palmas/> acesso em: 19 de fevereiro 2018.

SEBRAE & ABEOC. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil-2013**. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/IIdimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>>. Acesso em: 06 de Agosto de 2017.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. 2.ed.São Paulo: Aleph,2002.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: Planejamento e operacionalização**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.