



## Infraestrutura e serviços em eventos de negócios: estudo na Feira de Malhas em Imbituva/PR

**RESUMO:** Esta pesquisa teve como objetivo analisar se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atenderam as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017. E como objetivos específicos: descrever os serviços e a infraestrutura do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017; verificar a demanda do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017; e identificar junto aos participantes da Feira novos serviços e infraestruturas que melhor atendam suas demandas. O estudo teve aspecto descritivo e qualitativo por meio de pesquisa bibliográfica, fotográfica, e da análise dos questionários aplicados nos visitantes do evento no ano de 2017. E a partir destas análises, chegou a conclusão de que o evento ofereceu vinte e duas opções de malharias, além de serviços de alimentação, estacionamento, segurança, entre outros. Também foi possível observar de acordo com os questionários, que o perfil da demanda do evento Feira de Malhas de Imbituva no ano de 2017, foi um público que possuía idade entre 31 a 50 anos, composto em sua maioria por homens, que visitaram o evento, acompanhados de suas respectivas cônjuges, para compras, onde foi observado que a maioria são professores e aposentados, provenientes de cidades vizinhas e cidades do Paraná, ou seja, um público regional e estadual. Contudo, além da infraestrutura e serviços ofertados na Feira de Malhas de 2017, os visitantes contribuíram com sugestões para a melhoria dos próximos eventos a serem sediados no município de Imbituva, tendo como principal sugestão o melhoramento das opções de alimentação.

**Palavras-chave:** Feira, Malhas, Infraestrutura, Serviços, Imbituva

**ABSTRACT:** The purpose of this research was to analyze if the infrastructure and services offered at the Imbituva / PR Fabrics Fair met the needs of the participants of the event in the year 2017. And as specific objectives: describe the services and infrastructure of the business event of the municipality of Imbituva in 2017; verify the demand of the business event of the Knitwear Trade Fair of the municipality of Imbituva in the year 2017; and identify with the participants of the Fair new services and infrastructures that best meet their demands. The study had a descriptive and qualitative aspect through bibliographical, photographic research, and the analysis of the questionnaires applied to the visitors of the event in the year 2017. And from these analyzes, it was concluded that the event offered twenty-two options of knitting , besides food services, parking, security, among others. It was also possible to observe, according to the questionnaires, that the profile of the demand for the Imbituva Knitwear Fair in 2017 was an audience that was between 31 and 50 years old, composed mostly of men who visited the event , accompanied by their respective spouses, for purchases, where it was observed that the majority are teachers and retirees, coming from neighboring cities and cities of Paraná, that is, a regional and state public. However, in addition to the infrastructure and services offered at the 2017 Knitwear Fair, visitors contributed suggestions for improving the upcoming events to be hosted in the municipality of Imbituva, with the main suggestion being to improve the food options.

**Keywords:** Fair, Knits, Infrastructure, Services, Imbituva

## INTRODUÇÃO

O setor de eventos pode ser entendido como uma questão de fácil discussão, no sentido de observar, participar, saber dos pequenos, médios e grandes eventos que ocorrem nas cidades, como shows, jogos de futebol, copa do mundo, encontros religiosos, jogos olímpicos, formaturas, reuniões, lançamentos de filmes e/ou livros, que são considerados como alguns dos exemplos de eventos, que ao entender parecem simples de serem realizados.

Neste sentido, esta pesquisa visa entender conceitos, tipos de eventos e demais conteúdos sobre o segmento, assim como trata sobre evento comercial em uma cidade de pequeno porte a ser citada no transcorrer desta introdução.

De tal forma, a referida pesquisa abordou questões sobre os serviços e a infraestrutura e dos visitantes do evento Feira de Malhas, objeto de estudo deste trabalho. A Feira é realizada no Município de Imbituva, e segundo o portal eletrônico da Prefeitura Municipal (IMBITUVA, 2017), a cidade está localizada na região Centro Sul do Paraná a 900 metros acima do nível do mar. Imbituva vem do vocabulário indígena que significa cipoal, "lugar de muito imbé". Da língua tupi, imbé é uma espécie de cipó da família das aráceas, pertencentes ao gênero Philodendron; e tyba: grande quantidade, abundância (IMBITUVA, 2017). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018a) sua população foi estimada em 2017 em 31.719 habitantes.

O estudo referente aos serviços e infraestrutura da Feira de Malhas, teve uma problemática a ser resolvida. Dessa forma, como a questão, a saber, refere-se aos serviços e infraestrutura, o trabalho remeteu-se a seguinte problemática: A infraestrutura e serviços do evento de negócios Feira de Malhas no município de Imbituva disponibilizado aos participantes, atenderam as necessidades de sua demanda no ano de 2017?

Propôs como objetivo geral analisar se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atenderam as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017, a partir da avaliação dos visitantes. Já os objetivos específicos foram: descrever os serviços e a infraestrutura do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva disponibilizado aos participantes no ano de 2017; verificar a demanda do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017; e identificar junto aos participantes da Feira novos serviços e infraestruturas que melhor atendam suas demandas.

Com isso, o capítulo a seguir condiz sobre a metodologia que foi utilizada na pesquisa para que os objetivos reportados sejam alcançados.

## **1 METODOLOGIA**

Esta pesquisa é de caráter descritivo e qualitativo, que segundo Gil (2007), pesquisa descritiva têm como objetivo descrever características de determinadas populações, fenômenos e/ou estabelecimentos de relações entre variáveis. Já à

pesquisa qualitativa, de acordo com Giacaglia (2006) tem como papel analisar e/ou avaliar todos os serviços e atividades exercidas em um local. Foi desenvolvida uma amostragem por conveniência que conforme Gil (2010, p. 94), neste tipo de amostra “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo.”, ou seja, o trabalho não abrangeu o valor total dos participantes (indivíduos que formam a população total de visitantes da Feira), portanto, os resultados desta pesquisa não serão generalizados, pois trata-se de uma amostragem não probabilística.

Assim, nesta pesquisa foi necessária a utilização da coleta de informações a partir de dados primários e secundários. Com relação aos dados secundários, foi realizada a pesquisa bibliográfica que teve como meta contribuir para o entendimento sobre o tema proposto neste artigo, com objetivo de agregar entendimento referente à temática, neste caso a busca de informações em documentos sobre o evento de negócios referente à Feira de Malhas de Imbituva/PR, para realização de uma breve explicação sobre o decorrer histórico da Feira. De acordo com Gil (2007) pesquisa bibliográfica trata-se de um tipo de pesquisa desenvolvido através de materiais elaborados e publicados como livros, artigos necessários para a formação de um estudo e que contribuirá para o desenvolvimento da pesquisa. Neste aspecto, as fontes utilizadas para fundamentar as questões da referida pesquisa decorrem de artigos, revistas online, livros, jornais que contribuíram com o tema proposto. Foram utilizados autores como: Dias e Aguiar (2002), Matias (2004), Martin (2003), Zanella (2003), entre outros.

Sobre os dados primários, foram efetivados registros fotográficos do evento ocorrido entre os dias 20 de abril e 14 de maio do ano de 2017. Neste período, foi realizada ainda uma pesquisa de observação, que segundo Gil (2010, p. 100), esta pesquisa é “o uso dos sentidos com vistas a adquirir os conhecimentos necessários para o cotidiano”. Então, o pesquisador observou o decorrer da feira, analisando itens no evento como: o perfil do público (mulheres, homens, jovens, idosos, etc) e a infraestrutura e serviços que foram disponibilizados no ano de 2017. Além disto, houve a aplicação de questionários nos dias decorrentes da Feira, mais especificadamente entre os dias 21 de abril a 03 de maio de 2017, em forma de questionário semi-estruturada aos visitantes. Foram aplicados um total de quatorze questões, sendo onze fechadas e três abertas. Os assuntos indagados aos respondentes tiveram como foco principal o perfil e a origem destes visitantes e

sugestões sobre os serviços e infraestrutura para a Feira de Malhas do município de Imbituva/PR. O entrevistador aplicou aleatoriamente os questionários às pessoas que não estavam no momento de suas compras nos estandes, mas sim aos que estavam nas áreas de lazer do pavilhão da Feira e que concordavam em participar da pesquisa. Sendo assim, deu-se um total de 157 questionários aplicados.

As análises dos dados foram apresentadas em forma de tabelas, associadas com ideias de alguns autores, para ilustrar o entendimento ao problema proposto neste projeto, assim como responder os objetivos a qual foram alinhados nesta pesquisa.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Deve ser enfatizado que este estudo foi elaborado de acordo com a demanda de 2017 do evento Feira de Malhas de Imbituva, pois está relacionado a uma atividade econômica por se tratar de um evento de negócio. Por isso, a demanda no setor de eventos permite a realização de uma pesquisa para verificar, o perfil desta demanda e suas sugestões a respeito de sua satisfação com os serviços que estão sendo ofertados a esses visitantes.

A demanda turística pode ser entendida quando aos turistas que procuram um determinado tipo de produto ou serviço, seja essa procura por qualquer fator que influencie ao turista a sair de sua área de convívio. (DIAS e AGUIAR, 2002)

Uma pesquisa de perfil da demanda do turista brasileiro indica que 41% dos entrevistados viajam três ou mais vezes por ano e que 62% dos entrevistados são casados e apenas 50% possuem filhos (ABRIL, 2011).

Já segundo Borges (2012) o turista brasileiro, muitas vezes viajam acompanhados, pois, 55% dos entrevistados viajam com seu cônjuge ou namorado (a), além de que a maioria dos entrevistados (34%) possui idade entre 31 a 40 anos.

Contudo, um estudo do Ministério do Turismo (BRASIL, 2015a), identifica que a população brasileira acima de 60 anos rende cerca de 18 milhões de viagens ao ano no Brasil, sendo que estes mesmos possuem mais tempo e renda para viajarem.

Ainda, outra pesquisa levantada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015b), mostra que os turistas de Porto Alegre que pretenderam viajar em 2015 utilizaram o carro como principal meio de transporte.



## 2.1 EVENTOS

Eventos podem ser compreendidos como um processo de acontecimentos, onde as pessoas se reúnem em momentos festivos como aniversários e casamentos. Allen et al. (2003, p.4) reporta sobre este aspecto afirmando que “tanto de forma particular quanto em público, as pessoas sentem necessidade de marcar as ocasiões importantes de suas vidas e de festejar os principais momentos”. Ou seja, evento é o agrupamento ou reunião de pessoas, realizados em locais específicos para celebrar algum acontecimento que seja significativo ou importante independente de sua circunstância (comercial, familiar, religiosa, etc.). (ZANELLA, 2003)

Neste contexto, Zanella (2003 p.13) destaca que para o olhar de quem organiza, “evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competências e resultados”. Já para quem participa pode significar “congratamento e integração, gerando e consolidando vínculos e relações de caráter profissional e pessoal.”. (ZANELLA, 2003 p.13). Desta forma, pode ser dito que um evento provoca diversos tipos de emoções e sentimentos a quem o organiza ou participa, sendo eles bons ou ruins.

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2017a) o Brasil é o país que mais sediou eventos na América do Sul. Já no ranking mundial o país está em 15º lugar em realizar eventos internacionais.

Com isso, uma pesquisa feita pelo Observatório de Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, mostra que o Brasil sediou 590 mil eventos em 2013, contando com um total de “202,2 milhões de pessoas, que gastaram, em média, R\$ 161,80 por dia, somando gastos anuais de R\$ 99,3 bilhões.” (EMBRATUR, 2014)

Já, segundo o International Congress and Convention Association (Associação Internacional de Congressos e Convenções – ICCA) os 315 eventos internacionais realizados no Brasil no ano de 2013 trouxeram cerca de 126 mil visitantes estrangeiros, gerando um fluxo de US\$ 137 milhões. (EMBRATUR, 2014)

## 2.2 TIPOS DE EVENTOS

Segundo Zanella (2003), os diversos tipos de eventos que uma empresa organiza, patrocina ou participa, podem ser classificados de acordo com critérios; quanto à finalidade, à periodicidade, à área de abrangência, ao âmbito, ao público-



alvo e/ou ao nível de participação. Desta forma, são considerados eventos comerciais, políticos, sociais, esportivos, gastronômicos, culturais, técnicos, turísticos etc. Nesta concepção, cada uma dessas tipologias apresenta eventos específicos, tendo como exemplo feiras, congressos, eventos sociais, formaturas, casamento, inauguração, exposição, carnaval, entre outros. (ZANELLA, 2003)

Os eventos são classificados em eventos abertos e fechados. Os eventos fechados, segundo Martin (2003), são aqueles que têm apenas um grupo restrito participante e/ou tem um público controlado, ou seja, é possível ter uma listagem fechada de todos os que estarão presentes. Já os eventos abertos não se têm um controle da quantidade de participantes e cada um deles paga sua própria despesa, como hospedagem, alimentação e/ou transporte.

Pode ser citado como um evento fechado a São Paulo Fashion Week, um evento ligado a moda e que em 2012 recebeu uma grande parte de visitantes do gênero feminino na sua 32ª edição (TURISMO, 2012). Vale ressaltar que esse gênero é o que mais faz compras (SPC, s/d).

No caso da Feira de Malhas, refere-se a um evento aberto, pois, não possui quantidade certa de visitantes. Este evento também trata-se de comercialização de produtos, desta forma, torna-se um evento de negócios. Para melhor entendimento, segue alguns estudos sobre eventos de negócios.

## 2.2.1 Eventos de Feiras

Segundo Matias (2004, p. 80), a feira é uma “exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços.”.

Os eventos de feiras “[...], sustentado por uma adequada avaliação de seu objetivo, se constitui em um *produto*, cuja *venda* (realização) pode gerar movimentação social e/ou econômica, resultando em benefícios consideráveis.”. (ANDRADE, 2002, p. 152)

Para concluir o assunto sobre este tipo evento, Zanella (2003, p. 24) ressalta que os eventos de feira “poderão exigir a montagem de instalações especiais e a utilização de ampla área de ocupação e movimentação, além da montagem de estandes”.

Sendo assim, sobre as feiras no Brasil, conforme o portal eletrônico da Panrotas, em 2017 a região Sul foi a segunda que mais sediou eventos deste tipo,

perdendo apenas para a região Sudeste, sendo que São Paulo o estado que mais promovem eventos ligados a este setor, além de que, no ano de 2017 o país deve ter realizado mais de 2 mil feiras. (PANROTAS, 2017)

### **2.2.2 Importância da infraestrutura em eventos de negócios**

Partindo desta premissa de eventos, Martin (2003) destaca a importância de ter conhecimento e entender sobre infraestrutura de um evento, seja este o segmento de evento que for e aponta que a infraestrutura pode se dividir em duas partes: interna e externa.

A infraestrutura interna é a parte logística e operacional para a realização do evento, composta por equipamentos e mobiliário; limpeza e segurança; alimentos e bebidas; entre outras. Já a infraestrutura externa, se trata dos meios de hospedagem e dos transportes locais, por exemplo. Com relação aos aspectos teóricos abordados sobre eventos, há muito que se discutir a partir de autores que estudam a área. (MARTIN, 2003)

O local onde será realizado um evento deverá ser escolhido corretamente, pois é um ponto fundamental para que o evento obtenha sucesso. Esse local não se trata apenas do espaço físico, mas também, a posição geográfica em que está localizado, ou seja, a cidade que sediará o encontro. (MATIAS, 2004)

### **2.2.3 Importância dos serviços em eventos de negócios**

Há vários itens que compõem os serviços de um evento, porém, segundo Matias (2004), os principais itens e os mais utilizados são os de criação e arte (criação e *layout*<sup>1</sup>), *buffet*<sup>2</sup>, decoração, serviços elétricos, gráficos, fotográficos, de sonorização e iluminação, segurança, imprensa, montagem e instalações, entre outros.

Para o evento de feiras, deve-se contemplar uma infraestrutura e serviços de qualidade, ou seja, é necessário pensar em quem irá usufruir do local e quais serão os serviços a serem ofertados.

Em seguida, constam os resultados e discussões decorrentes desta pesquisa.

---

<sup>1</sup> Layout: significa plano, arranjo, esquema, design, projeto. (SIGNIFICADOS, 2018)

<sup>2</sup> Buffet: Bufê [Do francês buffet] significa "mesa para servir iguarias, bebidas, etc., em casamentos, bailes, coquetéis e outras reuniões." (FERREIRA, 2009)

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Feira de Malhas de Imbituva/PR teve início com uma moradora do município, que apresentava forte liderança local e juntamente com a primeira dama da cidade realizaram uma visita ao município de Ibitinga no estado de São Paulo, por volta do ano de 1985, na Feira de Bordados sediada naquele município. (IPARDES, 2006).

Assim que retornaram à cidade de Imbituva, a moradora “iniciou um trabalho de convencimento do Prefeito e dos empresários locais acerca da necessidade e viabilidade de realizar uma Feira de Malhas em Imbituva [...]” (IPARDES, 2006, p.15) já que havia cerca de dez malharias instaladas na cidade.

Com o apoio da Prefeitura e de onze empresários foi aprovada a realização da Primeira Feira de Malhas no município, e a partir desse evento, a cidade ficou conhecida como “Cidade das Malhas”. (IPARDES, 2006)

A primeira Feira foi realizada em 1985, porém não havia uma instituição responsável pela organização do evento. Somente em 26 de fevereiro de 1987 em Imbituva foi realizada a primeira reunião para a fundação da Associação das Malharias de Imbituva intitulada de Imbitumalhas. (IMBITUVA, 1987)

No ano da fundação, foi realizada a Terceira Feira de Malhas de Imbituva a qual ocorreu somente em dois dias (02 e 03 de maio de 1987) no Pavilhão da Igreja Matriz, local no qual não é mais utilizado para a realização do evento.

“A partir da década de 1990, [...] desencadeou-se uma crise no setor têxtil/vestuário no País, atingindo também as malharias de Imbituva.”. (IPARDES, 2006, p. 16)

Nesta época, inicia-se um processo de reestruturação das empresas da região com a aquisição, por uma das empresas do Arranjo Produtivo Local - APL, da primeira máquina de tecelagem computadorizada. Essa máquina passou a ser o sonho de consumo dos empresários locais. Atualmente há cerca de 35 equipamentos desse tipo no APL, e os estabelecimentos que não detêm essa tecnologia perdem, sobremaneira, em produtividade e competitividade. (IPARDES, 2006, p.16)

De acordo com as edições do evento, as malharias procuram inovar na confecção dos vestuários, para aumentarem as vendas. Mas, não são somente as malharias, pois os organizadores também pensam na criatividade quanto a organizar a Feira de Malhas do município de Imbituva/PR, para atrair cada vez mais clientes.

Após um breve histórico da Feira de malhas, segue os itens analisados sobre os resultados deste artigo.

### 3.1 SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA DA FEIRA DE MALHAS DISPONIBILIZADOS AOS VISITANTES NO ANO DE 2017

O evento em 2017 ofereceu cerca de vinte e duas malharias participantes. Cada malharia possuía um estande dentro do Pavilhão onde é realizada a feira, conforme é apresentada nas figuras abaixo.

Figura 01 e 02, respectivamente: estandes das malharias no evento Feira de Malhas do município de Imbituva/PR – Área Interna



Fonte: Arquivo pessoal (2017)

Com relação às figuras 01 e 02, respectivamente, mostram estandes de duas malharias na Feira de Malhas de 2017. Além das malharias, também foram ofertados serviços de alimentação como são demonstradas as figuras 03 e 04, a seguir.

Figura 03 e 04, respectivamente: Praça de alimentação no evento Feira de Malhas do município de Imbituva/PR – Área Interna



Fonte: Arquivo pessoal (2017)

A figura 03 indica o espaço que foi destinado a praça de alimentação ainda em organização e, por conseguinte, a figura 04 representa o espaço já montado para os visitantes da Feira de Malhas no ano de 2017.

Além destes serviços, foram oferecidos banheiros, um estande da secretaria de saúde do município e um da secretaria da Associação das Malharias, estacionamento, segurança e serviços de limpeza.

Os serviços apresentados estão em consonância com o Manual de Feiras e Exposições (SEBRAE, s/d) quando destaca que esse tipo de evento deve contar com itens como, por exemplo, serviço de alimentação, instalações elétricas e sanitárias, serviço de primeiros socorros, entre outros.

Sendo assim, os visitantes destes eventos se sentirão mais cômodos ao visitar o local do evento, satisfazendo assim, suas necessidades como consumidor.

Para maior entendimento sobre estes visitantes, no item 3.2 a seguir constam informações coletadas dos questionários aplicados no ano de 2017.

### 3.2 DEMANDA NA FEIRA DE MALHAS NO ANO DE 2017

Nesta unidade é apresentado o resultado sobre a demanda do evento, sendo que os dados foram obtidos a partir de questionários respondidos pelos visitantes da Feira de Malhas de Imbituva entre os dias 21 de abril a 03 de maio de 2017. Foi obtido um total de 157 questionários, nos quais constavam quatorze questões, sendo estas, onze fechadas e três abertas.

Com relação ao gênero dos respondentes, temos as seguintes respostas:

Tabela 01. Gênero dos visitantes

Gênero	Quantidade	Porcentagem (%)
Masculino	81	52%
Feminino	76	48%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

De acordo com a tabela 01, notou-se que a maior parte dos respondentes foi do gênero masculino (52%), porém, na feira foi observado que a maioria dos visitantes era do gênero feminino. Com isso, relaciona-se à pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, s/d) onde demonstra que as mulheres tendem a fazer



mais compras em comparação aos homens. Uma pesquisa elaborada pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo (TURISMO, 2012) descreve que na 32ª edição da São Paulo Fashion Week (maior evento de moda do Brasil), que ocorreu em 2012, possuiu como maior público o gênero feminino (70,4%).

A seguir, foi verificado na tabela 02 que a maior parte dos visitantes são casados (63%).

Tabela 02. Estado civil dos visitantes

<b>Estado civil</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Solteiro (a)	49	31%
Casado (a)	99	63%
Divorciado (a)	6	4%
Viúvo (a)	3	2%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Assim, percebeu-se que dos 81 respondentes do gênero masculino, 58 eram casados e que de 76 respondentes do gênero feminino, 41 eram casadas, totalizando, assim, 99 (63%) entrevistados casados. Também foi observado durante a pesquisa de campo e diretamente com os entrevistados, que as mulheres realizavam as compras, enquanto seus respectivos esposos/cônjuges às aguardavam na área de espera (lazer) até que finalizassem as compras. No total, dos 157 entrevistados, foi constatado que também fazem parte os solteiros (31%), divorciados (4%) e viúvos (2%). Esses dados também podem ser comparados com o estudo sobre o perfil do turista brasileiro, em que 62% deles são casados, sendo que grande parte possuem filhos (ABRIL, 2011).

Na tabela 03 foi identificado a faixa etária dos visitantes da Feira. Esta questão foi dividida em quatro faixas de idade; até 18 anos, de 19 a 30 anos, de 31 a 50 e mais de 50 anos. Os resultados podem ser vistos na tabela 03.

Tabela 03. Faixa etária dos visitantes

<b>Faixa etária</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Até 18 anos	1	1%
De 19 a 30 anos	41	26%
De 31 a 50 anos	81	51%
Mais de 50 anos	34	22%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Na tabela 03, foi apontado que a maior parte dos entrevistados tem entre 31 a 50 anos, tratando-se assim de 51% dos entrevistados. Além, também foi descrito que 1% condiz a apenas 1 entrevistado possui idade até 18 anos, que 26% são de



entrevistados que tem idade entre 19 a 30 anos e que 22% corresponde a entrevistados com mais de 50 anos. De acordo com uma pesquisa sobre perfil dos turistas verificou-se que 34% dos entrevistados apresentaram idade entre 31 a 40 anos. (BORGES, 2012).

Na sequência está apresentada na tabela 04, a profissão dos visitantes, a qual está identificada 63 profissões.

Tabela 04. Profissão dos visitantes

<b>Profissão</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Professor (a)	14	9%
Aposentado (a)	13	8%
Do Lar	9	4%
Vendedor (a)	9	4%
Estudante	8	3%
Comerciante	7	3%
Empresário (a)	7	3%
Funcionário (a) público (a)	7	3%
Enfermeira	6	3%
Bancário (a)	5	2%
Engenheiro	5	2%
Agricultor	3	2%
Advogado (a)	3	2%
Auxiliar Administrativo	3	2%
Contador (a)	3	2%
Administrador (a)	2	1%
Analista de Sistemas	2	1%
Engenheiro Agrônomo	2	1%
Motorista	2	1%
Pedagoga	2	1%
Representante Comercial	2	1%
Técnico de Segurança em Trabalho	2	1%
Agrônomo	1	1%
Analista de Manutenção	1	1%
Analista Operacional	1	1%
Autônoma	1	1%
Auxiliar Contábil	1	1%
Auxiliar de Consultório Odontológico	1	1%
Auxiliar de Produção	1	1%
Balconista	1	1%
Biomédica	1	1%
Consultor Comercial	1	1%
Consultor de Informática	1	1%
Consultor de Peças	1	1%
Cooperada Sicredi	1	1%
Coordenador de Polos	1	1%
Corretora	1	1%
Costureira	1	1%
Dentista	1	1%
Design de Interiores	1	1%
Encarregada de Produção	1	1%
Engenheira Civil	1	1%
Engenheiro Eletricista	1	1%
Farmacêutica	1	1%
Gerente de Armazém	1	1%
Gerente Operacional	1	1%
Lavradora	1	1%



Mecânico	1	1%
Médico	1	1%
Operador	1	1%
Operador de Máquinas	1	1%
Padeiro	1	1%
Pintor	1	1%
Promotora de Eventos	1	1%
Psicóloga	1	1%
Químico	1	1%
Secretária	1	1%
Serviços Gerais	1	1%
Supervisor Financeiro	1	1%
Supervisora de Tesouraria	1	1%
Tecedora de Lã	1	1%
Técnica Administrativa	1	1%
Técnico Agrícola	1	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

De acordo com a tabela 4, verificou-se que os respondentes apresentavam um total de 63 profissões. Nesta análise está identificado que os aposentados (8%) ficaram na segunda posição, ficando abaixo apenas da profissão de professor (9%). O público que mais viaja é o aposentado, portanto isso pode estar relacionado a questão do público idoso no turismo. De acordo com uma pesquisa elaborada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015a) o público idoso possui uma renda mais elevada e possui maior disponibilidade de viajar.

Neste item, vale ser ressaltado que foi observado no evento, que há compradores atacadistas que visitam a Feira, porém, mesmo assim, notou-se que o evento recebe como maior público de compradores varejistas.

Na tabela 05 são apresentados os municípios de origem dos visitantes da feira de 2017, sendo um total de 28 cidades.

Tabela 05. Município de origem dos visitantes

Município de origem	Quantidade	Porcentagem (%)
Ponta Grossa	48	32%
Curitiba	23	12%
Castro	13	9%
Prudentópolis	10	7%
Imbituva	9	5%
Guarapuava	9	5%
Irati	9	5%
Palmeira	6	3%
São José dos Pinhais	3	2%
Campo Largo	3	2%
Guamiranga	2	1%
Rio Azul	2	1%
Telêmaco Borba	2	1%
União da Vitória	2	1%
Florianópolis - SC	2	1%
Joinville - SC	2	1%
São Matheus do Sul	1	1%



Lapa	1	1%
Canoinhas – SC	1	1%
Araucária	1	1%
Tibagi	1	1%
Ituverava – SP	1	1%
Santa Vitória do Palmar – RS	1	1%
Colombo	1	1%
Itapejara do Oeste	1	1%
Jaraguá do Sul	1	1%
Vaiporã	1	1%
Ivaí	1	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Constata-se na tabela 05 que a feira recebeu um público regional, sendo grande parte dos entrevistados (32%), oriundos do município de Ponta Grossa, além de cidades do entorno como Prudentópolis (7%), Ivaí (1%), Irati (5%), Palmeira (3%), entre outras. Para melhor demonstrar estes municípios, podem ser verificadas na figura 5, seguinte, algumas dessas cidades, que estão sinalizadas em círculos.

Figura 5: Cidades do entorno de Imbituva/PR



Fonte: adaptado do Google (GOOGLE EARTH, 2018).

Na tabela 06, como consta a seguir, foi verificado o motivo dos visitantes que frequentaram o evento.

Tabela 06. Motivo da visita

Motivos	Quantidade	Porcentagem (%)
Compras	67	43%
Passeio	66	42%
Compras e Passeio	23	14%
Outros	1	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Foi questionado aos entrevistados qual foi o motivo da visita no evento. A grande maioria, 67 (43%) deles, estavam motivados pelas compras, 66 (42%) estavam na Feira a passeio e 23 (14%) visitaram o evento tanto a passeio como a compras.

Logo, é descrito na tabela 07 a seguir, o meio de transporte que os visitantes utilizaram para chegarem até o local do evento.

Tabela 07. Transporte utilizado para chegar na feira

<b>Tipo de transporte</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Automóvel próprio	146	93%
Automóvel alugado	07	5%
Moto	02	1%
Ônibus	02	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Constata-se que na tabela 07 que quase todos (93%) dos entrevistados utilizaram seus automóveis próprios para chegarem até o evento. Porém 07 (5%) usaram automóvel alugado, 02 (1%) compareceram ao evento de moto e 02 (1%) utilizaram ônibus. É necessário pensar em uma boa estrutura de estacionamento, pois é o espaço que o visitante necessita já que utiliza carro para chegar ao local.

Com isto, uma pesquisa elaborada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015b) indica que grande parte (64,7%) dos entrevistados de Porto Alegre que pretenderam viajar em 2015, poderiam usar o carro como forma de deslocamento.

A partir do contexto analisado sobre o perfil de quem visitou a feira de negócios no ano de 2017, nas tabelas de 11 a 13, são apresentadas se as necessidades dos visitantes como consumidores foram atendidas e também foi questionado aos entrevistados que apontassem sugestões para melhoria do evento.

### **3.3 SUGESTÕES DOS VISITANTES**

Após verificar a infraestrutura e serviços e o perfil dos visitantes da Feira de Malhas, identifica-se na tabela 08, se estes visitantes tiveram suas necessidades como consumidor atendidas.

Tabela 08. Necessidades atendidas dos visitantes

<b>Opções</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sim	144	92%
Não	13	8%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)



Das opções expostas 92% dos entrevistados, firmaram estarem satisfeitos com o evento e apenas 13 (8%) não tiveram suas necessidades atendidas.

Além de a maioria dos visitantes terem suas necessidades atendidas, foi questionado se eles indicariam o evento para outras pessoas, como nota-se na tabela 09 a seguir.

Tabela 09. Indicações da feira

Respostas	Quantidade	Porcentagem (%)
Sim	156	99%
Não	01	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Identifica-se na tabela 09, que de quase todos os entrevistados apenas 1 (1%) não indicaria a feira para outras pessoas, porém, como está apontado a grande maioria (99%) indicaria a feira. Notou-se em comparação das tabelas 08 e 09 e analisando os questionários, que mesmo que 13 visitantes não tiveram suas necessidades atendidas, apenas 1 deles não recomenda o evento. Sendo assim, entende-se que os pontos positivos se sobressaem aos negativos.

Grande parte fez recomendações para contribuir com o evento, pois os respondentes foram questionados se haveria alguma sugestão para o melhoramento da Feira. Estas sugestões estão demonstradas na tabela 10 a seguir.

Tabela 10. Sugestões dos visitantes

Sugestões	Quantidade	Porcentagem (%)
Nenhuma sugestão	58	34%
Mais Opções de Alimentação	30	18%
Melhorar o estacionamento	13	8%
Espaço kids	11	6%
Aumentar o espaço da feira	8	4%
Melhorar os provadores e espelhos	6	4%
Mais opções de lojas	5	3%
Mais opções de entretenimento	3	2%
Melhorar/aumentar a divulgação	3	2%
Melhorar o atendimento	3	2%
Aumentar os espaços dos estandes	2	1%
Bancos mais confortáveis	2	1%
Colocar lojas de produtos variados	2	1%
Mais banheiros	2	1%
Mais placas indicativas	2	1%
Variedades em tamanhos das roupas	2	1%
Vender calças e meias de lã	2	1%
Baixar o preço por ser uma feira	1	1%
Cafezinho nas lojas	1	1%
Colocar os preços nas roupas	1	1%
Colocar máquina de cartão na praça de alimentação	1	1%
Convênio com empresas turísticas	1	1%
Desfile simples	1	1%
Diversificar os preços	1	1%



Lojas com malhas para animais e bebês	1	1%
Mais roupas masculinas	1	1%
Mais descontos nas malharias	1	1%
Mais variedades em roupas	1	1%
Manequim vivo todo dia	1	1%
Melhorar a estrutura e visual do pavilhão	1	1%
Melhorar a organização	1	1%
Melhorar a rodovia de acesso	1	1%
Melhorar a ventilação	1	1%
Mudar o estilo dos estandes	1	1%
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Verifica-se que 58 dos respondentes (34%) não tiveram nenhuma sugestão para com o evento e que 99 (66%) deram sugestões, tais como mais opções de alimentação (18%) que constou o maior número de sugestões, mais opções de entretenimento (2%), melhorar o estacionamento (8%), aumentar o espaço da feira (4%), acrescentar um espaço para crianças (6%), entre outros, que podem ser observados na tabela 08.

Concluiu-se que a quantidade de sugestões se deu em um número maior do que a quantidade de questionários aplicados, pois alguns entrevistados informaram mais de uma sugestão.

Espera-se que com estas informações obtidas, haja futuramente melhorias no evento para maior satisfação de seus visitantes.

O autor, após a observação, concorda com algumas colocações dos respondentes desta pesquisa e também sugere o melhoramento de pontos como; alimentação, espaço, estacionamento e meios de entretenimento do público, pois acredita que estes são questões fundamentais para melhor satisfação dos visitantes de um evento.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A área de eventos é um setor amplo, pois como este trabalho relata, há vários tipos e formas de organizar um evento. Diante desta temática, foi analisado se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atendeu as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017.

Sendo assim, após analisar os objetivos concluídos, percebe-se que grande parte dos entrevistados (92%), visitantes da Feira de Malhas de 2017, tiveram suas necessidades atendidas, quanto à infraestrutura e serviços prestados no evento, correspondendo assim, com a problemática desta pesquisa.

Também foi possível observar de acordo com os questionários, que o perfil da demanda do evento Feira de Malhas de Imbituva no ano de 2017, foi um público relativamente jovem possuindo idade entre 31 a 50 anos, composto em sua maioria por homens (52%) que visitaram o evento, acompanhados de suas respectivas cônjuges, para compras, onde foi observado que a maioria são professores (9%) e aposentados (8%), provenientes de cidades vizinhas e cidades do Paraná, ou seja, um público regional e estadual, que por sua vez, utilizaram seus automóveis próprios (93%) para chegar até o evento e que permaneceram pelo menos um dia no município. Contudo, além da infraestrutura e serviços ofertados na Feira de Malhas de 2017, os visitantes contribuíram com sugestões para a melhoria dos próximos eventos a serem sediados no município de Imbituva.

Ao fim deste estudo, o pesquisador concluiu que o evento necessita de algumas inovações, para melhor atender suas futuras demandas, fazendo-se assim com que o evento se fortaleça e contribua cada vez mais economicamente com o município.

Por fim, este trabalho contribuiu para a formação do pesquisador e também em aprimorar o conhecimento do mesmo sobre a cidade e o evento em questão, além de que a partir do desenvolvimento desta pesquisa, permitiu que todos os objetivos propostos neste trabalho, assim como o levantamento do problema, fossem respondidos.

## 5 REFERÊNCIAS

ABRIL, Editora. **Viagem e turismo**. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/pesquisa-inedita-da-viagem-e-turismo-traca-perfil-do-turista-brasileiro/>>. Acesso em 08/04/2018.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. 2 ed. São Paulo: EDUCS, 2002.

ALLEN, Johnny; [et al.]. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BORGES, Marta Poggi e. **O perfil do turista brasileiro**. 2012. Disponível em: <<http://agenteoturismo.com.br/o-perfil-do-turista-brasileiro/>>. Acesso em: 08/04/2018.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Idosos formam o público mais disposto a viajar nos próximos meses**. 2015a. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/10/idosos-formam-o-publico-mais-disposto-a-viajar-nos-proximos-meses>>. Acesso em: 19/04/2018



**Carro deve ser o meio de transporte mais utilizado por turistas de Porto Alegre para viagens.** 2015b. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5783-carro-deve-ser-o-meio-de-transporte-mais-utilizado-por-turistas-de-porto-alegre-para-viagens.html>>. Acesso em: 23/04/2018.

**Brasil mantém liderança na realização de eventos na América do Sul.** 2017a. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7757-brasil-mant%A9m-lideran%C3%A7a-na-realiza%C3%A7%C3%A3o-de-eventos-na-am%C3%A9rica-do-sul.html>>. Acesso em: 16/04/2018

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de, **Fundamentos do turismo:** conceitos, normas e definições. Campinas, SP: Alínea, 2002.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro do Turismo. **Indústria de eventos movimenta mais de R\$ 200 bilhões por ano.** 2014. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Industria\\_de\\_eventos\\_movimenta\\_mais\\_de\\_R\\_200\\_bilhoes\\_por\\_ano.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Industria_de_eventos_movimenta_mais_de_R_200_bilhoes_por_ano.html)>. Acesso em: 25/04/2018

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa.** 4. ed. Curitiba, PR: Positivo, 2009.

GOOGLE EARTH. **Imbituva.** 2018. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/>>. Acesso em: 19/04/2018.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos:** teoria e prática. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa sócia.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Imbituva.** 2018a. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/imbituva/panorama>>. Acesso em: 09/04/2018.

IMBITUVA, Prefeitura Municipal de. **História do município.** Disponível em: <<http://imbituva.pr.gov.br/index.php?sessao=b054603368ncb0&id=1546>>. Acesso em: 28/08/2017.

IMBITUVA, Livro de Atas da Associação das Malharias de. **Ata de numero 01.** Imbituva, 1987.

IPARDES, Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Arranjo produtivo local de malhas do município de Imbituva:** Estudo de caso. 2006. Disponível em: <[http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl\\_2006\\_malhas.pdf](http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl_2006_malhas.pdf)>. Acesso em: 28/08/2017.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 3. Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2004.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

PANROTAS, Portal. **Brasil terá mais de 2 mil feiras e eventos em 2017**. 2017. Disponível em: <[http://v2.panrotas.com.br/viagens-corporativas/brasil/2017/01/brasil-tera-mais-de-2-mil-feiras-e-eventos-em-2017\\_143834.html?pesquisa](http://v2.panrotas.com.br/viagens-corporativas/brasil/2017/01/brasil-tera-mais-de-2-mil-feiras-e-eventos-em-2017_143834.html?pesquisa)>. Acesso em: 16/04/2018

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Manual de feiras e exposições**.s/d. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/970D6384E11F2EA203257163006A88EB/\\$File/NT00032076.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/970D6384E11F2EA203257163006A88EB/$File/NT00032076.pdf)>. Acesso em: 14/04/2018.

SIGNIFICADOS. **Significado de layout**. 2018. Disponível em: <[www.significados.com.br/layout/](http://www.significados.com.br/layout/)>. Acesso em: 16/04/2018

SPC, Serviço de Proteção ao Crédito. **Mulheres fazem mais compras emocionais do que os homens, aponta estudo do SPC Brasil**. Disponível em:<[www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/compras\\_por\\_impulso\\_gerero\\_v3.pdf](http://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/compras_por_impulso_gerero_v3.pdf)>. Acesso em: 08/04/2018

TURISMO, Observatório do. **São Paulo Fashion Week**. 2012. Disponível em: <[http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/spfw\\_2012.pdf](http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/spfw_2012.pdf)>. Acesso em: 14/04/2018

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.