

EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS EM BONITO/MS E O PAPEL DO CONVENTION BUREAU

Lúcia Bento Martins

Acadêmica em Turismo
Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul - UEMS - Campus Dourados
luciamtaparo@gmail.com

Maria Cristiane Fernandes da Silva Lunas

Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional
Docente dos cursos de Graduação em Turismo e Especialização em Planejamento e Gestão Pública e Privada do Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - Campus Dourados
crisfernandes_tur@hotmail.com

Tiago Carvalheiro Martins

Acadêmico em Turismo
Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul-UEMS - Campus Dourados
tiagocavalheiromartins@yahoo.com.br

José Carlos Santana

Acadêmico em Turismo
Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul-UEMS - Campus Dourados
josecarlossantana2015@outlook.com

Gabriel Francisco Santos da Silva

Graduando em Turismo
Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul- UEMS - Campus Dourados
gabriel.francisco.95@gmail.com

Recebido: 28 de junho, 2017

Aprovado: 27 de outubro, 2017

RESUMO

Em uma tentativa estratégica que possui como objetivo principal o aumento do contingente turístico em baixa temporada, o *Convention Bureau* em parceria com o poder público, desempenham um papel fundamental no desenvolvimento de atividades que apoiam a captação e realização de eventos indutores de fluxo turístico. O presente trabalho teve o objetivo de identificar a estrutura da oferta turística para eventos no município de Bonito. Como procedimentos metodológicos, utilizou-se pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo e entrevistas. Como resultados, percebeu-se que entre os principais eventos locais, com grande alcance de público são o Festival de Inverno de Bonito/MS e o Festival da Guavira, além dos eventos técnico-científicos que ocorrem na cidade. Verificou-se ainda que a cidade de Bonito/MS é detentora de uma sólida estrutura de hospedagem, com capacidade de acolher os visitantes e ao mesmo tempo servir como infraestrutura de eventos, e que o Centro de Convenções e o *Convention Bureau* tem papel fundamental na promoção da cidade enquanto destino turístico não apenas de natureza, mas de eventos também.

Palavras-chaves: Convention Bureau; Espaços de Eventos, Centro de Convenções

1.INTRODUÇÃO

O turismo de eventos é uma atividade com crescimento exponencial no Brasil. Entre 2001 e 2013 cresceu em média 14% ao ano, respondendo, em 2013, por cerca de 4,3% do PIB nacional (ABEOC; SEBRAE, 2014). Seu potencial efeito multiplicador dos benefícios econômicos o tornam uma atividade organizada para movimentar e incrementar o desenvolvimento econômico das localidades onde ocorre. No município de Bonito/MS, que conta com uma atividade turística consolidada desde meados dos anos de 1990, os eventos foram incentivados enquanto atividade organizada para incrementar o fluxo turístico em períodos de baixa temporada, bem como para promover a imagem do destino.

Bonito é um destino turístico consolidado no segmento de natureza, e é frequentemente apresentado como case de sucesso na gestão de destinos turísticos. O seu sistema de voucher único lhe propicia uma organização sistêmica, com a participação do trade turístico, do poder público, e da comunidade local (Grechi et. al, 2010). O estudo do segmento de eventos no município, também organizado de maneira sistêmica, é interessante no sentido de verificar a estreita relação dos eventos com o turismo, e como as localidades turísticas já consolidadas podem se beneficiar dessa atividade.

O presente trabalho é resultado de uma atividade acadêmica interdisciplinar, que buscou entender como a oferta da infraestrutura influencia na captação de eventos geradores de fluxo turístico para o município de Bonito/MS. O objetivo geral do trabalho foi identificar a estrutura organizacional e os espaços oficiais e alternativos para eventos na cidade de Bonito. Como objetivos específicos buscaram-se: Levantar a infraestrutura de eventos dos principais hotéis de Bonito; Identificar via pesquisa de campo, os locais alternativos utilizados para eventos; Conhecer o Centro de Convenções de Bonito enquanto principal espaço de eventos da região, e a importância do *Convention Bureau* para a promoção do destino turístico Bonito-Serra da Bodoquena.

Os procedimentos metodológicos que visavam alcançar os objetivos dessa proposta dividiram-se em três etapas:

Atividades pré-campo, com estudos teóricos sobre a importância e dimensionamento econômico do turismo de eventos, o levantamento de informações acerca dos locais de eventos no município de Bonito/MS, e a elaboração do instrumento de pesquisa a ser utilizado na etapa seguinte. Em seguida, realizou-se a atividade de campo, com a identificação *in loco* dos locais alternativos utilizados para eventos e do Centro de Convenções de Bonito, utilizando-se dos instrumentos de pesquisa previamente elaborados e a aplicação de entrevista semiestruturada ao representante do BC&VB. Por fim, a atividade pós-campo, que consistiu na elaboração e apresentação de um relatório com os principais resultados e análise crítica da pesquisa realizada.

2.OS EVENTOS E A OFERTA TURÍSTICA

Todos os acontecimentos, sejam eles ocasionados por fenômenos naturais ou antrópicos, podem ser chamados de eventos. Enquanto atividade social, os eventos são definidos como “qualquer tipo de acontecimento onde as pessoas se reúnem com o intuito de trocar ideias de cunho profissional, cultural, político, comemorativo, etc” (Gonçalves, 1998, p. 20). Seu objetivo primeiro está em aproximar as pessoas em torno de um determinado acontecimento.

Essa característica permite que os eventos organizados sejam também utilizados como ferramenta mercadológica, cujo objeto de reunião torna-se a empresa, a marca ou o produto. Nesse sentido, sua definição encontra respaldo em Meirelles, que define eventos como:

Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (Meirelles, 1999, p. 21).

Entretanto, sua importância enquanto atividade econômica vai além da reunião de pessoas e promoção comercial de instituições e produtos. O deslocamento de pessoas que participam de eventos organizados, bem como a extensa rede de produtos e serviços

necessários a sua realização, geram uma movimentação econômica em diversos níveis, ocasionando uma multiplicação de seus efeitos.

Essa característica da utilização de serviços diversos, bem como do deslocamento de pessoas, cria uma estreita ligação entre a atividade de eventos e o turismo. Evento é considerado um segmento importante dentro da atividade turística, pois mobiliza os agentes econômicos de uma determinada região ou localidade, sejam eles diretamente ligados a atividade turística, incluindo os hotéis e agências receptoras, ou o comércio e prestadores de serviços em geral como bares, restaurantes, serviços de transporte, entre outros. Segundo Canton (2009):

O setor contribui enormemente para a economia e o desenvolvimento de uma área, gerando oportunidade de negócios, possibilitando a criação de empregos e aumento da receita fiscal. Além dessas contribuições, os eventos tornam-se importantes instrumentos no sentido de combater a sazonalidade turística, quer pela sua ocasionalidade, quer por garantir a presença no núcleo de um número maior de pessoas (p. 197).

Os eventos, enquanto atividade geradora de fluxo turístico ocorre por três motivos principais (Coutinho & Coutinho, 2007):

- Ser o principal motivador do fluxo turístico da localidade: normalmente associado às atividades de negócios, os eventos, nessas localidades, são o principal motivo do recebimento de turistas;
- Incrementar o fluxo já existente na localidade, mesmo em alta temporada: quando são eventos criados para fidelizar o turista, ou mesmo incrementar a concorrência da atividade em alta temporada, como é o caso de shows, promovidos em praias já movimentadas e em datas comemorativas;
- Driblar a sazonalidade de um turismo já existente, criando fluxo turístico na baixa temporada: nesses casos normalmente opta-se por eventos técnico-científicos, culturais ou esportivos, que promovam o fluxo turístico na localidade e minimizem o impacto da ociosidade da estrutura turística em baixa temporada.

No início das atividades de eventos no município de Bonito, ocorriam muitas atividades culturais como shows de música, no sentido de vencer a concorrência pela escolha da

localidade como destino turístico em alta temporada. Na sequência, entendendo os eventos enquanto atividade organizada e multiplicadora de impactos econômicos positivos, e tendo o destino turístico já consolidado para a alta temporada, a cidade começa a se organizar para receber eventos que minimizem os impactos da sazonalidade. Nesse processo, o *Convention Bureau* passa a ter papel importante no desenvolvimento da atividade.

3. OS CONVENTIONS BUREAU E A CAPTAÇÃO DE EVENTOS EM LOCALIDADES RECEPTORAS

A ideia dos *Conventions Bureau* tem origem em Detroit, nos Estados Unidos, quando um grupo de empresários e homens de negócios se unem através da *Detroit Convention and Businessmen League* (Liga de Convenções e de Homens de Negócio de Detroit) para “vender” a cidade como um destino ideal para convenções e eventos de negócios. Na Europa, esse movimento se inicia por volta de 1905 e o primeiro *Convention Bureau* do Brasil só é inaugurado em 1983, em São Paulo, embora o “boom” de criação e desenvolvimento dos *conventions* no Brasil só tenha ocorrido por volta dos anos 2000 (Confederação Brasileira de Conventions & Visitors Bureau, 2016).

105

Os *Conventions & Visitors Bureau* são agências de convenções pertencentes ao terceiro setor, sem fins lucrativos que tem como principal objetivo, captar eventos para sua localidade, de modo a contribuir para o seu desenvolvimento. Seus membros podem ser, em sua maioria, pertencentes ao setor turístico, mas é comum encontrar em seu quadro empresas diversas que se beneficiam indiretamente dos eventos captados, e consequentemente, do desenvolvimento local.

Geralmente, os *Conventions* se instalam em cidades turísticas, ou com potencial para sediar eventos, colaborando com interesses do governo local, sociedade civil e com as próprias empresas turísticas como hotéis, os meios de transportes, restaurantes, entre outros (Confederação Brasileira de Conventions Bureau, 2016).

A captação de eventos exige nível de profissionalização e empenho por parte das instituições envolvidas. No caso específico de eventos técnico científicos, há uma série de exigências que as localidades interessadas em sediar o evento devem cumprir.

Esse tipo de evento é cobijado por atrair para a localidade um público com gasto médio mais elevado. Entretanto, essa característica exige do promotor, além de uma organização impecável, que se desperte nos associados à vontade de comparecer ao evento.

Além de contar com belezas naturais que despertam essa vontade de conhecer o destino, Bonito ainda conta com uma boa infraestrutura para receber visitantes. Isso coloca a cidade em boas condições para sediar esse tipo de evento. Entretanto, uma organização profissional e um plano de marketing bem elaborado são fundamentais para o sucesso da empreitada (Pires e Associados, 2017).

O papel do *Convention Bureau* em Bonito é agregar e organizar o setor privado para promover o município e a região, gerando negócios e desenvolvimento através da captação de eventos.

4. INFRAESTRUTURA PARA EVENTOS NO MUNICÍPIO DE BONITO/MS

As atividades de campo foram realizadas nos dias 28 e 29 de outubro de 2016, no município de Bonito/MS. No primeiro dia aconteceu uma visita técnica no Centro de Convenções de Bonito, seguida de uma palestra com uma representante do *Convention Bureau* local, que explanou sobre a atividade de eventos no município e a atuação do BC&VB. Durante a palestra, a maior parte das questões que seriam direcionadas na entrevista semiestruturada foi sanada. As questões restantes foram realizadas em momento posterior a palestra.

106

No segundo dia, realizou-se uma observação de campo nos principais locais públicos para a realização de eventos na cidade. As informações coletadas são relatadas a seguir.

4.1 CENTRO DE CONVENÇÕES DE BONITO

O Centro de Convenções de Bonito é um empreendimento privado, inaugurado no ano de 2005. Sua estrutura é diferente da maioria dos Centros de Convenções, pois foi construído em formato de aldeia e com telhados de palha. Sua construção horizontal e a padronização de uma aldeia indígena, tanto nos elementos estruturais quanto na decoração, lhe confere um ambiente de aparência mais sustentável e integrada à paisagem local (Figura 1). Uma das preocupações era diminuir o impacto visual que uma construção desse porte pudesse gerar na paisagem.

Figura 1: Vista aérea do Centro de Convenções.



Fonte: Bonito Convention & Visitors Bureau (2016).

O local possui um auditório central com capacidade para 1000 pessoas, com excelente acústica interna, palco, camarim e cabines de tradução simultânea. Outros dois auditórios com capacidade para 300 pessoas cada, podem ser transformados em um espaço único dobrando a capacidade de público. Esses espaços contam com projetor multimídia, tela retrátil e palco.

107

Possui ainda uma sala multiuso para atender eventos menores e reuniões, também adaptadas a tornarem-se espaços maiores ou menores, conforme a necessidade do evento.

O Centro de convenções conta com dois espaços cobertos de exposição, que podem ser utilizados para a montagem de *stands*, secretarias de eventos e outros. Há ainda um espaço para a montagem de área de alimentação, com mezanino, acoplado a uma cozinha industrial que serve até 500 convidados (Figura 2). Os espaços abertos podem ser utilizados, se necessário, para a montagem de mesas adicionais durante eventos específicos.

Figura 2: Espaço multiuso com Cozinha Industrial.



Fonte: Bonito Convention & Visitors Bureau (2016).

Todos os espaços possuem nomes de etnias indígenas locais, são climatizados e possuem excelente acústica. Serviços adicionais de som, iluminação, segurança, buffet, entre outros necessitam ser contratados separadamente pelo organizador do evento. O empreendimento disponibiliza aos clientes, uma lista de fornecedores, em sua maioria de origem local, para os serviços adicionais que podem ser necessários.

O Centro de Convenções é um empreendimento privado. Mas embora com estrutura legal e administrativa independente, sua administração é realizada pelo mesmo grupo que, no momento, gerencia o *Convention Bureau* no município.

No centro da cidade de Bonito, se encontra a Praça da Liberdade, onde está localizado o Monumento das Piraputangas (Figura 3), um ícone local da cidade, dada a abundância dessa espécie de peixe nos rios da região. A importância dessa praça no levantamento da infraestrutura de eventos, deu-se por ser ela a sede de todos os eventos públicos e culturais locais, tornando-a um importante espaço alternativo na realização de eventos do município.

Figura 3: Imagem do Monumento das Piraputangas, na Praça da Liberdade.



Fonte: Os autores (2016)

Sobre sua infraestrutura, em volta da praça foram construídos quiosques em formato de casinhas, que funcionam como lanchonetes, atendendo durante a noite, com grande variedade no cardápio culinário. A praça não possui banheiro público para uso cotidiano, sendo instalados banheiros químicos durante a realização de eventos.

A praça conta com bancos e canteiros espalhados em seu espaço. Não existem grades nem muros em sua volta, e a iluminação noturna é contínua, sendo assim não há limites de

horário para os frequentadores. Há uma placa com sinalização visual, indicando o nome da praça e informações resumidas sobre a história de Bonito.

A maior parte do piso da praça é revestida por pedra portuguesa, em alguns trechos estas pedras causam trepidações na circulação, pois esses trechos não estão nivelados adequadamente. Não há guia de balizamento nem sinalização tátil no piso, o que dificulta que deficientes visuais se locomovam com autonomia, segurança e conforto.

A praça sedia todos os grandes eventos públicos da cidade, sobretudo em épocas de baixa temporada, com o objetivo de reaquecer o movimento de turistas nesses períodos do ano. Os dois principais eventos que acontecem na Praça da Liberdade são O Festival de Inverno de Bonito e o Festival da Guavira.

4.2 OUTRAS ESTRUTURAS DE EVENTOS NA CIDADE DE BONITO

Além do Centro de Convenções e da praça central, alguns eventos maiores utilizam espaços alternativos para a realização de suas atividades, tais como estúdios, escolas, e tendas montadas pela cidade para a realização de palestras, oficinas e mostras de arte em geral. Esses espaços são utilizados de forma esporádica e rotativa, por eventos que possuem várias atividades simultâneas, tal como o Festival de Inverno de Bonito.

109

No município há ainda outros espaços formais voltados a realização de eventos na cidade. A maior parte deles é ofertada nos meios de hospedagem. Pelo menos sete hotéis e pousadas da cidade apresentam-se como adequados a receber eventos, descrevendo espaços próprios e climatizados. São eles: Zagaia Eco Resort, Wetiga Hotel, Hotel Pirá Miúna, Marruá Hotel, Pousada Arizona, Pousada Água Azul e Pousada Águas de Bonito.

Esses espaços, com capacidade de público variados, atendem principalmente a eventos técnicos, científicos e corporativos, além de alguns tipos de eventos sociais, em ambientes que vão desde auditórios, pequenos salões e salas multiuso.

5. CAPTAÇÃO DE EVENTOS E GERAÇÃO DE FLUXO TURÍSTICO

5.1 O BONITO CONVENTION & VISITORS BUREAU

Conforme informações dos gestores do *Bonito Convention & Visitors Bureau* (BC&VB), identifica-se que a instituição é uma estrutura de promoção e marketing do município de Bonito e região, autônoma e de iniciativa privada, com o objetivo de gerar negócios por meio da captação de eventos. Oferece serviços de apoio da candidatura de eventos, organização, marketing e relações públicas.

O *Bonito Convention & Visitors Bureau*, criado no ano de 2005, é uma associação sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada, que trabalha pelo desenvolvimento sustentável do município e região, através do fomento do turismo de eventos e ações de marketing do destino. As ações do BC&VB buscam contribuir para o aumento do fluxo

turístico em períodos de baixa temporada, fortalecendo a economia, gerando empregos e renda para a comunidade local.

A atuação principal *do Convention* em Bonito e nos municípios da região, consiste em:

- Apoiar a captação e realização de eventos indutores de fluxo turístico em baixa temporada;
- Realizar ações de marketing e divulgação do destino;
- Coletar, organizar e divulgar dados sobre o turismo em Bonito, através do Observatório do Turismo;
- Apoiar organizadores e promotores de eventos em Bonito, através do fornecimento de informações, articulação de parcerias locais, fornecimento de materiais promocional e organização de visitas técnicas;
- Estabelecer parcerias com as entidades promotoras de eventos para que os congressos, realizados em Bonito/MS, deixem um legado para a comunidade local;
- Aumentar o número de visitantes e o seu tempo de permanência em Bonito nos períodos de baixa temporada;
- Fortalecer a imagem favorável de Bonito como destino de eventos, apresentando a infraestruturas e a logística de eventos da cidade;
- Fomentar a geração de negócios para seus associados;
- Apoiar e/ou realizar ações para capacitação dos profissionais do turismo de Bonito e região.

A entidade é mantida principalmente através do pagamento de taxas dos seus 58 associados, das cidades sul mato-grossenses de Bonito, Jardim e Bodoquena. Esses associados pagam taxas mensais que variam entre R\$ 50,00 e R\$ 200,00, escalonado conforme o número de funcionários das empresas associadas. Além de empreendimentos pertencentes diretamente a atividade turística, tais como hotéis, agências e atrativos, empresas diversas se associam ao *Convention*, tais como postos de combustíveis e lojas do comércio varejista.

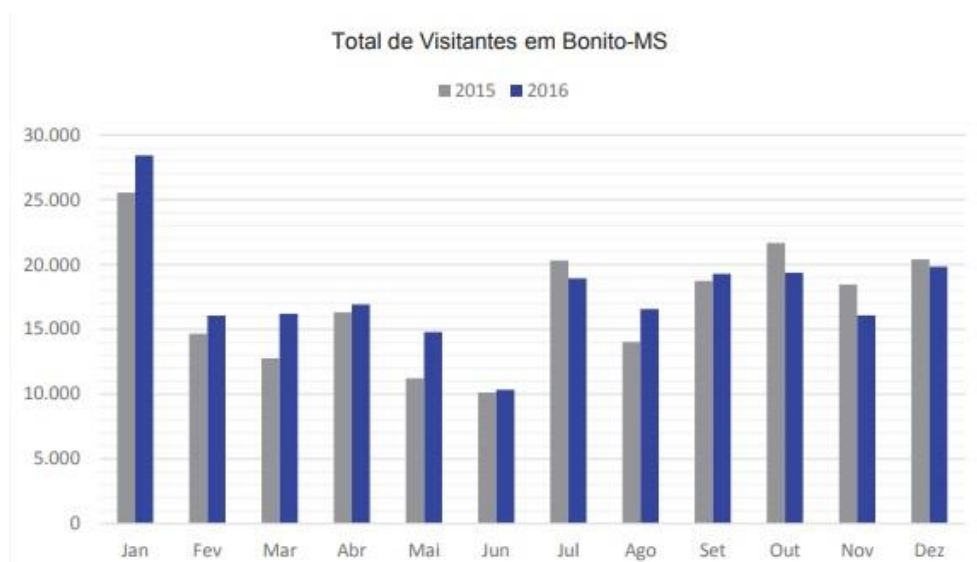
Dentre as principais vantagens oferecidas aos associados estão: o apoio à captação e realização de eventos; a inclusão do associado nos principais canais de divulgação do Bonito CVB; a divulgação do material promocional da empresa durante os eventos apoiados pelo Bonito CVB, e em feiras de turismo nacional e internacional com a participação do Bonito CVB; a participação de uma rede de relacionamentos (*networking*) formada pelo empresariado, poder público e entidades de classe da região, aumentando os contatos e facilitando parcerias; acesso aos programas de capacitação promovidos pelo Bonito CVB.

A sede do BC&VB localiza-se em Bonito, mas conta com outro escritório em Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, devido à localização mais estratégica para facilitar contatos na captação de eventos. No total há uma equipe de 5 pessoas que são responsáveis pelas atividades do BC&VB.

O *Convention* já apoiou e sediou mais de 150 eventos inclusive eventos internacionais em onze anos de existência, e segundo seus dirigentes, trabalham sempre com o objetivo de aumentar esse número para os próximos anos, embora não possuam metas específicas para tal. Além disso, o investimento em marketing do destino possui o objetivo de zelar a imagem de Bonito para que não seja visto apenas como um local de turismo de natureza, mas também como um lugar com capacidade de sediar grandes eventos.

Em 2016, Bonito teve cerca de 213 mil turistas (Figura 4) onde o *Convention* estima que 25% desse total foram motivados pelos eventos e, cerca de 10% destes vieram especificamente pelos eventos realizados no Centro de Convenções.

Figura 4: Total de visitantes por mês em Bonito-MS.



Fonte: Observatório do Turismo e Eventos de Bonito-MS, 2017

Percebe-se pelo gráfico que os picos de visitação ocorrem nos meses de janeiro, julho, outubro e dezembro. Embora apresentando uma leve queda nesses meses especificamente, com relação ao ano de 2015, percebe-se que ainda são os meses de maior registro de turistas. Além de período de férias e feriados prolongados, esses picos coincidem com alguns dos grandes eventos realizados no município. Isso corrobora com a ideia de que os eventos são de grande importância para promover o crescimento da região. Sua realização ajuda a impactar a economia de forma positiva, a medida em que atrai turistas que movimentam a economia.

5.2 OS EVENTOS DE MARCA GERADORES DE GRANDE FLUXO

Dos diversos eventos que acontecem anualmente em Bonito, dois destacam-se por serem tradicionais, de cunho cultural, com organização baseada na administração pública e utilizarem espaços de eventos não formais. São eles o Festival de Inverno de Bonito e o Festival da Guavira.

Festival de Inverno de Bonito.

O Festival de Inverno de Bonito teve início no ano 2000 como uma forma de atrair os turistas na baixa temporada e promover arte e cultura no interior do Estado. Após 17 edições, sempre ocorrendo no mês de julho, o Festival é hoje o evento fixo de maior movimento de turistas na cidade.

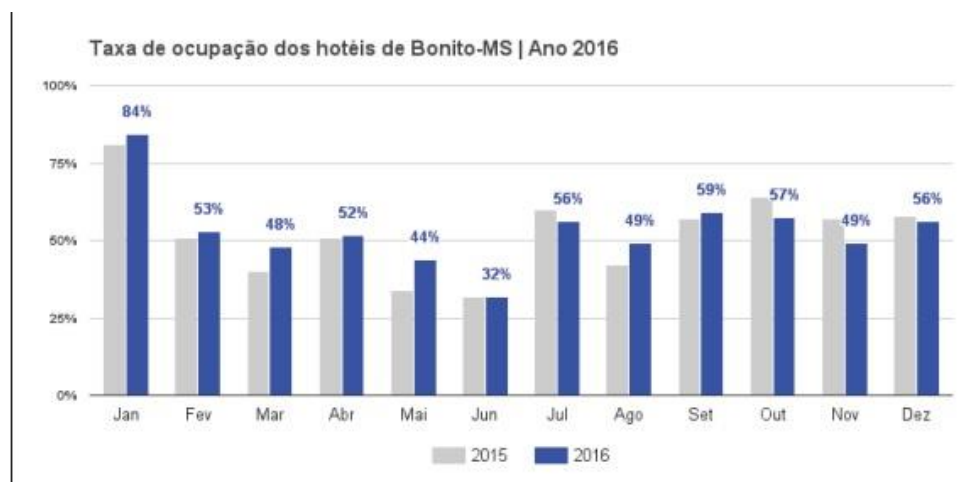
Além de divulgar a arte e cultura do Estado de Mato Grosso do Sul, o Festival concentra grande público para as atrações nacionais que se apresentam no evento, como shows e peças teatrais são realizados na Praça da Liberdade. Em sua programação, diversas atividades paralelas acontecem pela cidade em espaços alternativos, tais como palestras, workshops, oficinas, mostras e feiras.

Festival da Guavira

O Festival da Guavira é um evento que ocorre todos os anos na praça da Liberdade, em Bonito. Suas atrações consistem em shows, exposições e encontros gastronômicos. O festival leva o nome da fruta típica do Cerrado Brasileiro, encontrada de forma nativa no município e região e é realizado no mês de dezembro, durante o período de safra.

O Festival da Guavira não possui levantamento próprio do número de visitantes no evento. A organização do Festival de Inverno, estima que cerca de 25 mil turistas passam por Bonito no mês de realização do Festival, entretanto, os dados oficiais do Observatório do Turismo e do Convention Bureau, cerca de 19 mil visitantes passam pelos hotéis da cidade durante o mês de julho. Número muito semelhante ao registrado pelos meios de hospedagem no mês de realização do Festival da Guavira, dezembro (Figura 5).

Figura 5: Taxa de ocupação dos hotéis em Bonito-MS.



Fonte: Observatório do Turismo e Eventos de Bonito-MS, 2017

Pode-se observar, pelos percentuais da ocupação hoteleira no município de Bonito ao longo do ano, que tanto o Festival da Guavira quanto o Festival de Inverno ajudam a manter a taxa média de ocupação hoteleira próxima aos 60%. Nos períodos de baixa

temporada, há ainda o esforço de captação de outros tipos de evento, por parte dos agentes envolvidos com a promoção do destino.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível observar durante a pesquisa, a importância da captação de eventos para o município, trazendo mais turistas para a região, em épocas que não existem grandes fluxos de visitantes. Bonito conta com uma boa estrutura para receber eventos técnico, científicos e corporativos.

A criação do *Convention Bureau* em Bonito contribuiu para alçar o município a um novo patamar enquanto destinação turística, agregando valor ao já tradicional turismo de natureza. Os eventos organizados em Bonito deram um salto de qualidade nos últimos anos, o que se reflete no perfil do visitante e aumento do fluxo em baixa temporada.

Segundo representante do *Convention* não é possível ainda identificar o alcance exato da criação do *Convention* e Centro de Convenções. Sabe-se que em média 25% dos turistas de hoje são motivados pelos eventos. Entretanto, não é possível conhecer até o momento, o quanto esses empreendimentos interferiram no aumento do fluxo geral de turistas nos últimos anos. Segundo o *Convention*, espera-se que com a consolidação e sistematização do Observatório do Turismo seja possível fazer essa estimativa.

113

Com relação às perspectivas futuras do turismo de eventos em Bonito, segundo o *Convention*, o município não possui um planejamento de longo prazo. Nem tão pouco objetivos e metas traçadas. O próprio *Convention* apresenta uma perspectiva de planejamento à curto prazo, e sem metas definidas quanto ao número de eventos que pretendem captar. Não foi possível identificar uma visão de futuro ou mesmo uma perspectiva mais palpável, com objetivos traçados para o turismo de eventos em Bonito.

Mesmo assim, a região de Bonito-Serra da Bodoquena, que é focada principalmente no turismo de natureza, com atrativos turísticos em sua maioria ligados atividades aquáticas, de aventura e ecoturismo, tem como mola propulsora, para auxiliar no desenvolvimento da economia local, os eventos. Eles agregam valor ao produto e disseminam uma imagem positiva da região, incentivando ainda mais o desenvolvimento da atividade turística em Mato Grosso do Sul.

A ideia de que a atividade de eventos contribui para o aumento do fluxo turístico nas localidades, pôde ser percebida no município de Bonito. E espera-se que esse estudo contribua para agregar aos esforços de captação de eventos e de manutenção de infraestrutura, não apenas as instituições já envolvidas, mas também os integrantes do trade turístico de Bonito e dos municípios vizinhos, que compõem o destino. Pois o setor de eventos está diretamente ligado à qualidade e inovação, e manter um destino atrativo para o setor exige comprometimento e esforço de todos os envolvidos no setor de turismo da localidade.

Para futuras pesquisas a respeito do impacto atual e perspectivas futuras do turismo de eventos em Bonito, sugere-se que, além do contato com o *Convention Bureau*, seja feita uma pesquisa paralela com o poder público municipal, como forma de comparar, sob todos os aspectos, os impactos, expectativas e projeções do turismo de eventos em Bonito e região.

REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos (ABEOC); Serviço Nacional de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE). (2014). Dimensionamento Econômico do Setor de Eventos – 2013. Recuperado DE <<http://www.abeoc.org.br>>.
- Bonito Convention & Visitors Bureau. Recuperado de [https:// http://bcvb.com.br](https://http://bcvb.com.br).
- Canton, A.M. (2009). Evento, um potencializador de negócios. In Ansarah, M. G. R. & Netto, A. P. Segmentação do Mercado Turístico: estudo, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole.
- Confederação Brasileira dos Conventions Bureau. (2016). A História dos Conventions Bureau. Recuperado de < <http://brasilcvb.com.br/a-historia/>>.
- Coutinho, H.P.M. & Coutinho, H.R.M. (2007). Turismo de Eventos como alternativa para resolver o problema da sazonalidade turística. Revista Eletrônica Aboré.
- Festival de Inverno de Bonito. Recuperado de <<http://festivaldeinvernodebonito.com.br>>.
- Gonçalves, C.L. (1998). Organização de Eventos com arte e profissionalismo. Fortaleza: SEBRAE.
- Grechi, D.C., Lobo, H. A. S.; Martins, P. C. S. & LUNAS, J. R. da S. (2010). Autogestão no Controle de Visitantes Através do Voucher Unificado em Bonito/MS. Cap. 40. In Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo. Barueri, SP: Manole, 2010, p. 913 a 931.
- Meirelles, G. F. (1999). Tudo sobre Eventos. São Paulo: STS.
- Observatório do Turismo e Eventos de Bonito-MS (OTEB) (2017). Anuário Estatístico do Turismo em Bonito – Ano Base 2016. Recuperado de < <https://otbonito.com.br/dados/>>.
- Pires e Associados (2017). Boas Práticas para Escolher o Destino-Sede de Eventos Técnicos Científicos. Recuperado de <<http://www.pireseassociados.com.br>>.