

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

FLORENCE PAIVA ANTUNES

**LEVANTAMENTO DE DADOS E VERIFICAÇÃO DA ESTRUTURA DOS ESPAÇOS
PARA A REALIZAÇÃO DE EVENTOS NA CIDADE DE PONTA GROSSA -
PARANÁ**

PONTA GROSSA
2010

FLORENCE PAIVA ANTUNES

**LEVANTAMENTO DE DADOS E VERIFICAÇÃO DA ESTRUTURA DOS ESPAÇOS
PARA A REALIZAÇÃO DE EVENTOS NA CIDADE DE PONTA GROSSA -
PARANÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do título de
Bacharel na Universidade Estadual de
Ponta Grossa, Área de Turismo.

Orientador: Prof. Ms. Carlos Alberto Maio.

PONTA GROSSA
2010

Dedico este trabalho aos meus pais e ao meu filho.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me mostrar que a cada dia há uma nova caminhada.

Ao Prof. Ms. Carlos Alberto Maio, pela paciência, contribuição com seus conhecimentos e sugestões na orientação deste trabalho.

A Prof. Ms. Maria Augusta Pereira Jorge, por instigar minha curiosidade científica sobre o tema.

A minha mãe, Beatriz Ap. Paiva, pela confiança em mim depositada e apoio constante, os quais foram essenciais para a realização deste trabalho.

Ao meu pai, João S. Antunes Filho, pela construção educacional e ética a mim concedidas.

Ao meu filho, Felipe, que com sua vinda trouxe forças, ânimo e inspiração para a conclusão do presente estudo.

A João Carlos de Carvalho Torquato, pela ajuda e colaboração durante o desenvolver deste trabalho, além dos anos de amizade.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

“O pessimista queixa-se do vento, o otimista espera-se que o vento mude, o realista ajusta as velas”.

William George Ward

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a importância dos eventos para a atividade turística, bem como estudar o papel do turismo de eventos e sua função para uma localidade; justificando-se a pesquisa com base na ampla necessidade de maiores explicações e estudos nesse sentido. Nesta pesquisa foram levantados dados relevantes sobre as estruturas disponíveis para a realização de eventos em Ponta Grossa - PR, sendo estas escolhidas por serem de maior representatividade para a cidade. Para isto foram aplicados formulários a fim de se obter maiores informações sobre determinados aspectos dos espaços, além de efetiva visita ao local. Após a análise dos dados coletados constatou-se que a variedade dos espaços é significativa mas possui falhas. Propõe-se então a criação de um centro de convenções com investimentos dirigidos para a área, a fim de proporcionar mais uma alternativa de espaço para a realização de eventos de diferentes categorias. Este estudo direciona-se de forma que venha a facilitar e colaborar para com uma melhor escolha do local a serem realizados eventos através do conhecimento e descrição de cada um.

Palavras-chaves: turismo, eventos, espaços para a realização de eventos, Ponta Grossa.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FOTO 1 – Auditório da Reitoria UEPG.....	48
FOTO 2 – Auditório da Reitoria UEPG.....	48
FOTO 3 – Auditório da Reitoria UEPG, vista palco.....	49
FOTO 4 – Auditório da Reitoria UEPG, equipamentos de iluminação.....	49
FOTO 5 – Auditório da Reitoria UEPG, entrada do auditório.....	50
FOTO 6 – Pequeno Auditório UEPG.....	50
FOTO 7 – Pequeno Auditório UEPG.....	51
FOTO 8 – Auditório UTFPR.....	53
FOTO 9 – Auditório UTFPR, vista palco.....	53
FOTO 10 – Auditório UTFPR, bandeiras.....	54
FOTO 11 – Sala de Eventos Barbur Plaza Hotel.....	56
FOTO 12 – Sala de Eventos Barbur Plaza Hotel, disposição em “U”.....	56
FOTO 13 – Sala de Eventos Barbur Plaza Hotel.....	56
FOTO 14 – Sala de Eventos Barbur Plaza Hotel, jantar.....	57
FOTO 15 – Salão Planalto.....	59
FOTO 16 – Casa de Eventos – Sala 1, Hotel Planalto.....	59
FOTO 17 – Restaurante Planalto Hotel & Eventos.....	59
FOTO 18 – Sala de Eventos Slaviero Executive Ponta Grossa.....	62
FOTO 19 – Sala de Eventos Slaviero Executive Ponta Grossa, jantar.....	62
FOTO 20 – Restaurante Slaviero Executive Ponta Grossa.....	62
FOTO 21 – Planta Baixa – Sala de Eventos Slaviero Executive Ponta Grossa.....	63
FOTO 22 – Entrada salão sede campestre Clube Ponta-Lagoa.....	69
FOTO 23 – Salão sede campestre Clube Ponta-Lagoa.....	69
FOTO 24 – Salão sede urbana Clube Ponta-Lagoa.....	70

FOTO 25 – Salão sede urbana Clube Ponta-Lagoa, vista palco.....	70
FOTO 26 – Boatinha Ponta by Night.....	71
FOTO 27 – Saguão salão sede urbana Clube Ponta-Lagoa.....	71
FOTO 28 – Hall de entrada Cine-Teatro PAX-UEPG.....	76
FOTO 29 – Entrada Cine-Teatro PAX-UEPG.....	76
FOTO 30 – Acesso a plateia Cine-Teatro PAX-UEPG lado esquerdo.....	77
FOTO 31 – Acesso a plateia Cine-Teatro PAX-UEPG lado direito.....	77
FOTO 32 – Cine-Teatro PAX-UEPG, vista palco.....	78
FOTO 33 – Cine-Teatro PAX-UEPG, espaço livre sem as últimas três fileiras.....	78
FOTO 34 – Cine-Teatro PAX-UEPG, vista fundo.....	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPITULO I – TURISMO, CONCEITOS E CENÁRIO GLOBAL	14
1.1 O Turismo no cenário global.....	15
1.2 Em busca de conceitos.....	20
CAPITULO II – EVENTOS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO	23
2.1 Os eventos e alguns de seus conceitos.....	24
2.2 A importância do Turismo de Eventos.....	27
CAPITULO III – PONTA GROSSA NOS CAMPOS GERAIS E SUA VOCAÇÃO PARA EVENTOS	31
3.1 História e contextualização.....	32
3.2 Eventos consolidados na cidade.....	34
CAPITULO IV – ESPAÇOS DISPONÍVEIS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS NA CIDADE DE PONTA GROSSA – PR	41
4.1 Espaços disponíveis para a realização de eventos.....	42
4.1.1 Auditórios.....	42
4.1.2 Centros de convenções.....	55
4.1.3 Centro de eventos.....	65
4.1.4 Clubes.....	67
4.1.5 Teatros.....	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS	88
ANEXO 01 – FORMATOS DE ORGANIZAÇÃO DE SALAS	93
ANEXO 02 – INFORMAÇÕES DAS SALAS E SERVIÇOS BARBUR PLAZA HOTEL	95

ANEXO 03 – QUESTIONÁRIO APLICADO NOS ESPAÇOS SELECIONADOS PARA A PESQUISA.....	97
---	-----------

INTRODUÇÃO

O turismo se constitui em uma atividade que gera recursos e movimenta a renda local, contribuindo para ampliar e/ou desenvolver na comunidade a valorização de identidade, de hábitos e costumes e do sentimento de pertencimento ao mesmo.

O turismo faz com que os autóctones aumentem sua auto-estima devido ao fluxo de pessoas que visitam a cidade, pois estes podem apreciar sua cultura e contemplar as peculiaridades do espaço turístico e da região receptora. Para conseguir tais benefícios, aspectos como recursos naturais, culturais, históricos, entre outros, vêm a colaborar justificando o deslocamento.

Em determinadas áreas as vantagens do turismo podem desaparecer devido a sazonalidade, pois só em épocas específicas do ano é que o fluxo de visitantes é intenso. É durante este período que se dinamiza a economia, estimulando-se a comunidade e gerando-se expectativas de desenvolvimento; seguidos de uma taxa de visitação que então vem a cair,

“criando a ociosidade de seus empreendimentos, equipamentos e serviços, gerando a alta dos custos e a pouca fluidez de recursos financeiros. Essas são as características do chamado período de baixa estação”. (BRITTO, FONTES, 2002, p. 34)

Neste cenário, os eventos turísticos ganham destaque como a alternativa a esta sazonalidade devido a sua capacidade de atração constante em diversas épocas do ano. O turismo de eventos possui a aptidão de amortecer os efeitos nocivos da chamada baixa temporada de algumas localidades e, em função disso, é um dos segmentos considerados como uma estratégia do turismo contemporâneo.

A partir do ano de 1995, depois da implantação do Plano Real, o número de turistas que chegaram ao Brasil para participar de eventos cresceu, ou seja, de 1994

para 1995 sofreu um aumento de 81,5%, e tem mantido nos últimos anos uma média de crescimento anual de 10,5%. (MATIAS, 2001, p. 64).

Especificamente no Brasil os indicadores que comprovam o crescimento do setor de eventos apontam para uma exigência maior de espaços adequados, sofisticados equipamentos e recursos humanos qualificados para atuar nesta área de maneira eficiente e profissional.

Um evento considerado turístico carece de responsabilidade para ser executado devendo, por isso, ser esquematizado de forma a envolver os diversos agentes articuladores de tal atividade: poder público, iniciativa privada, visitantes e comunidade, em seus diversos grupos e atuações.

Os eventos não podem ser testados antecipadamente, pois são considerados produtos intangíveis não somente pelo fato de fazerem parte do setor de serviços, mas por serem dependentes de variáveis ambientais, culturais, sociais e econômicas, o que necessita ainda maior atenção e cuidado na articulação de todos estes fatores e no planejamento minucioso para sua realização, características estas que motivam uma gestão profissional e competente.

A inspiração deste estudo e desta temática nasceu ao tomar contato com vários relatos de pessoas que após dedicar anos ao Turismo se viram diante de pontos polêmicos no tocante a eventos e sua influência no cenário do turismo como um todo.

Literaturas como obras de Beni, Barretto e Britto & Fontes são porto seguro para responder questões que envolvem o turismo, eventos e sustentabilidade e desenvolvimento para traçar um raciocínio lógico que permitisse uma conclusão coesa com a linha do trabalho. Fundamentou-se, também, no autor Oliveira (2002)

pelos conceitos e ideias sólidas sobre turismo.

Neste trabalho foram pesquisadas obras que apresentassem conceitos mais abertos em relação a turismo de eventos, como Andrade (1999). Meirelles e Melo Neto (ambos 1999) foram utilizados ao se tratarem dos tipos e categorias de eventos. Britto & Fontes (1997 e 2002) constituíram a base do estudo desde conceitos até planejamento.

Estas obras foram importantes pois apresentaram informações relevantes na conceituação do objeto de estudo e serviram de base para pesquisa empírica.

Em relação a contribuição deste estudo, espera-se cooperar para com a discussão do tema, seja através daqueles que tiveram acesso a este trabalho, seja pelo engrandecimento pessoal, resultado da pesquisa científica realizada. Espera-se também que o trabalho se transforme em uma ferramenta facilitadora em relação a uma melhor escolha do local disponível para a realização de eventos na cidade de Ponta Grossa.

Este estudo define-se pelo método de pesquisa documental e de campo em conjunto com pesquisa bibliográfica, leitura de obras específicas para fundamentação teórica. Além disto, foram aplicadas vinte e uma fichas contendo dados relevantes em relação aos espaços, objetivando conhecer a estrutura dos mesmos. Procurou-se analisar o tema sem encerrar o assunto, instigando assim a busca de alternativas para responder questões levantadas.

Objetiva-se reunir uma gama de informações que permitam o caminhar pelo tema, possibilitando o incremento do debate já existente, criar novos pontos de discussão e, se possível, auxiliar na minimização de arestas ou esclarecendo questões pertinentes ao assunto.

No primeiro capítulo apresenta-se o Turismo, alguns de seus conceitos e sua posição no cenário global. Expõe-se determinados segmentos e suas respectivas definições, visando apresentar a atividade em suas mais variadas vertentes. A busca de conceitos de turismo fez com que se colocasse em pauta breve história da atividade.

O segundo capítulo aponta as diversas conceituações de eventos, as diferenças entre os autores ao classificá-los, e a importância destes para o turismo, assim como a apresentação do Turismo de Eventos e seus possíveis impactos econômicos e sociais para uma localidade, além de posicioná-lo como alternativa para o alavancar da atividade turística.

O terceiro capítulo apresenta a cidade de Ponta Grossa, sua representatividade no cenário nacional e a vocação da mesma para realização de eventos. Para isto, citam-se alguns dos eventos consolidados na cidade e que já participam do calendário de eventos local.

A última parte do presente estudo expõe o levantamento de espaços disponíveis para a realização de eventos na cidade de Ponta Grossa, detalhando-os e descrevendo-os de forma que este venha a propiciar um maior conhecimento dos espaços existentes na cidade.

CAPITULO I

TURISMO, CONCEITOS E CENÁRIO GLOBAL

“Ama-se mais o que se conquista com esforço”.

Benjamin Disraeli

1.1 O Turismo no cenário global

O turismo, em suas diversas formas, é reconhecido como o setor da economia que mais cresce na atualidade, já tendo atingido, segundo Beni (2000), o *status* de principal atividade econômica no mundo. A atividade turística envolve, segundo Dória (2007, p. 49) “[...] toda e qualquer atividade temporária que o indivíduo faça fora de seu horizonte geográfico normal (de trabalho e moradia).”

Para Britto e Fontes (2002) o turismo vem movimentando a economia, utilizando os equipamentos turísticos e gerando mais renda à comunidade, desenvolvendo aspectos econômicos, o fenômeno turístico promove a localidade, fortalecendo assim o senso de identidade local, contribuindo com a auto-estima dos autóctones, interferindo de forma positiva na qualidade de vida da população.

Os vários tipos de turismo praticados no mundo tornam essa atividade uma grande opção de desenvolvimento e, de acordo com Oliveira (2002, p. 77), “É preciso que cada local defina em que tipo ou tipos de turismo suas características se enquadram, de acordo com o potencial da região.”

A definição clara da vocação turística de uma região é importante, não somente para fins de divulgação de seus atrativos a potenciais visitantes, mas também como forma de se obter subsídios para orientar possíveis investidores do setor e atrair investimentos para a localidade, impulsionando seu desenvolvimento.

A partir disso, é necessário identificar os diversos tipos de turismo praticados no mundo, os quais devem ser planejados de acordo com as peculiaridades de cada região, uma vez que tal conhecimento é desejável para se entender o setor, bem como para se estabelecer as bases de um bom planejamento turístico. Portanto, a seguir, apresentam-se alguns tipos de turismo que movimentam a economia do

planeta:

- Turismo cultural: praticado por professores, técnicos, pesquisadores, arqueólogos, cientistas, estudantes, em busca de novos conhecimentos.
- Turismo de eventos: compreende congressos, convenções, seminários, mesas redondas, simpósios, painéis, conferências, fóruns, colóquios, palestras, exposições, salões e feiras, mostras, encontros, festas temáticas, festivais e shows, *workshops*, etc. Os adeptos desejam participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns (profissionais, entidades associativas, culturais, desportivas), ou para expor ou lançar novos artigos no mercado. São divididos nas categorias regional, nacional e internacional. Representa cerca de 40% do turismo internacional e é bastante disputado por diversos países, devido a forte influência que exerce sobre a economia. Abrange ainda a realização de eventos voltados à públicos interessados exclusivamente no lazer, com destaque para festivais, campeonatos e atividades correlatas.
- Turismo de lazer: praticado por pessoas que viajam por prazer, sem muitas pretensões. Desejam apenas conhecer novos locais, mudar de ambiente, descansar, rever amigos, visitar parentes, curtir paisagens, sair em férias com a família.
- Turismo de negócios: é o turismo praticado por executivos que viajam para participar de reuniões com seus pares, para visitar os fornecedores dos produtos que comercializam e fechar negócios. Bastante exigente, trata-se de uma clientela importante, que viaja durante o ano todo e tem alto poder aquisitivo.
- Turismo de saúde: pessoas interessadas em benefícios à saúde propiciados por fontes de águas termais, por exemplo, ou então em busca de tratamentos médicos especializados. Este setor da economia encontra-se em franca expansão

diante da globalização econômica e dos avanços da medicina.

– Turismo desportivo: praticado por pessoas que vão participar ou assistir a eventos desportivos. É o tipo de turismo que movimenta a economia local não só com a presença dos atletas e da assistência, mas também com as obras necessárias para sua realização.

– Turismo ecológico: compreende caminhadas, cavalgadas, ciclismo, escaladas, exploração de cavernas, mergulhos, observação de animais, passeios de barco, de jipe, *rafting* (canoagem), *rapel* (descida de obstáculos com corda), safári fotográfico, acampamentos, etc. Praticado por pessoas que apreciam a natureza. Algumas, por residirem em países muito industrializados, onde a natureza já desapareceu das grandes cidades, buscam locais onde, preferencialmente, a natureza permanece intacta, como as regiões do Pantanal e da Amazônia. O principal objetivo destes visitantes é respirar ar puro, apreciar a beleza do ambiente e registrar em fotos e filmes os elementos da fauna e da flora.

– Turismo religioso: praticado por pessoas interessadas em visitar locais sagrados. Movimenta grandes massas de fiéis e representa importante fonte de renda em algumas regiões ou países.

Fonte: Adaptado de OMT (2001).

A atividade turística vem ainda sendo subdividida, as quais são classificadas de acordo com suas especificidades, com destaque para: turismo em áreas naturais (ecoturismo), turismo de aventura, turismo da terceira idade, turismo de cruzeiros marítimos, turismo de incentivo, turismo gastronômico, turismo rural, entre outros.

A palavra *tour* quer dizer volta e tem seu equivalente *turn*, no inglês, do latim

tornare (giro, volta, movimento de sair e retornar ao local de origem). As palavras *tourism* e *tourist*, de origem inglesa, já apareceram documentadas em 1760, na Inglaterra, conforme atesta Oliveira (2002, p. 17), ao passo que enfatiza: “[...] os estudiosos do setor, como o suíço Arthur Haulot, na busca de suas origens, apresentam a possibilidade de origem hebreia, da palavra *tur*, quando a Bíblia – Êxodo, Capítulo XII, versículo 17 – cita que “Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canaã para visitá-lo e informar-se a respeito de suas condições topográficas, demográfica e agrícolas”. *Tur* é hebreu antigo e corresponde ao conceito de “viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento”.

Dentre os povos que mais contribuíram para com as viagens destacam-se os fenícios, que revolucionaram o comércio ao substituir o ouro, a prata e demais pedras preciosas pela moeda, tornando as viagens mais práticas. Os romanos, por sua vez, construíram muitas estradas, viabilizando a ampliação do comércio e conquista de novas terras.

Para Beni (2000) o turismo, em sua versão moderna, despontou na segunda metade do século XIX quando, em 1841, Thomas Cook organizou uma viagem para levar um grupo de 570 passageiros para participar de um congresso em Longborouh, Inglaterra. O autor entende que referido acontecimento praticamente marca o início da época moderna do turismo e o surgimento dos grupos organizados com fins lucrativos, sendo que no restante do século XIX, esses deslocamentos acentuaram-se, primeiramente dentro de seus próprios países (turismo interno); impulsionando, posteriormente, o crescimento do turismo internacional.

Banducci Jr. (2001, p. 23), ao discorrer sobre o turismo na antropologia, destaca:

A partir da segunda metade do século XIX, as viagens motivadas por descanso e lazer, e não mais por trabalho e negócios, deixam de ser privilégio das elites para se tornarem, em alguns países da Europa e na América do Norte, atividades comuns a um número crescente de trabalhadores.

Itens como o processo de urbanização, a regularização do trabalho (que culminou com a conquista gradativa do tempo livre para lazer) e a melhoria dos meios de transporte impulsionaram o desenvolvimento do turismo, abrangendo um número cada vez maior de adeptos.

Com base nesta ascensão da atividade, destaca-se a contextualização do turismo feita pela Organização Mundial do Turismo (OMT):

Ao longo das décadas, o turismo tem registrado um crescimento contínuo com aprofundamento e diversificação a ponto de se tornar um dos setores econômicos de crescimento mais rápido no mundo. O turismo moderno está estreitamente ligado ao desenvolvimento e engloba um número crescente de novos destinos. Estas dinâmicas transformaram o turismo em um motor de progresso sócio-econômico. Hoje, o volume de negócios do turismo iguala-se ou até supera as exportações de petróleo, produtos alimentares ou automóveis. O turismo tornou-se um dos principais intervenientes no comércio internacional, e representa, ao mesmo tempo uma das principais fontes de renda para muitos países em desenvolvimento. Este crescimento acompanha uma crescente diversificação e a concorrência entre destinos. (OMT, 2004).

Neste cenário, a OMT projeta para 2010 mais de 1 bilhão de pessoas viajando entre países, e para 2020 a projeção é de 1,5 bilhões de viajantes internacionais. O impacto deste enorme fluxo de pessoas é considerável e difícil de ser dimensionado, uma vez que o turismo produz efeitos nos mais diferentes setores produtivos.

A complexidade da atividade levou a elaboração de inúmeras definições, portanto na unidade seguinte apresentaremos alguns conceitos, de diversos autores, os quais consideramos pertinentes para a pesquisa em questão.

1.2 Em busca de conceitos

Em virtude da característica multifacetada do turismo, conceitua-lo não representa tarefa fácil, pois cada área do conhecimento que tem relações com o setor turístico tende a defini-lo de acordo com seus interesses e aspirações. Ao passo que algumas áreas destacam os aspectos sociais; outras, os econômicos, os antropológicos, os geográficos, e assim por diante.

Barretto (1995) atesta que encontram-se referências ao turismo na literatura desde o século XIX, mas que foi só a partir da Segunda Guerra Mundial que se desenvolveu o seu conhecimento de um ponto de vista científico. De acordo com a autora, esse desenvolvimento acompanhou o surgimento e crescimento do turismo de massa, caracterizado pelo deslocamento de grande número de pessoas para os mesmos lugares nas mesmas épocas do ano.

Wahab (1991, p. 23) argumenta que a primeira definição de turismo foi possivelmente a apresentada pelo economista austríaco Herman Von Schullard, em 1910, segundo o qual turismo é “[...] a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região”. Saindo da conotação puramente econômica, Wahab define tradicionalmente turismo como sendo:

[...] atividade humana intencional, que serve como meio de comunicação e ligação entre povos, tanto dentro de um país como fora dos seus limites geográficos. É visto como o deslocamento temporário de pessoas (...), visando à satisfação de necessidades outras que o exercício de uma função remunerada.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT):

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade

lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (OMT, 2004).

Têm-se nesta definição a importância sócio-cultural e econômica da atividade turística, afirmando-se que esta, se bem desenvolvida, é capaz de gerar benefícios para todos os envolvidos, ou seja, podendo ser uma das ferramentas para o desenvolvimento de localidades com potencial para tal. Por sua vez, Oliveira (2002, p. 36), apresenta outro conceito aparentemente mais completo, o qual adotaremos para a presente pesquisa, a saber:

Denomina-se turismo o conjunto de resultados de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural produzidos numa localidade, decorrentes do relacionamento entre os visitantes com os locais visitados durante a presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos.

Enfim, o turismo atua como uma migração temporária acompanhada de transferência de renda. Envolve consumo efetuado fora do local de domicílio. De um lado, está a procura, que é o conjunto de pessoas com renda disponível para viajar. De outro, encontra-se a oferta, representado por um núcleo receptor dotado de infraestrutura de equipamentos, bens e de serviços. Segundo Margarita Barretto (1995), se entende por infraestrutura “a base material, o conjunto de edificações, obras e serviços públicos que garantem o mínimo conforto da vida urbana atual”.

Além de estar assentado no tripé alimentação, hospedagem e transporte, o turismo necessita destes outros fatores para seu desenvolvimento. A atividade é uma ferramenta dinâmica, cujos componentes fundamentais são a própria oferta e a demanda. A oferta é composta por uma quantidade de elementos como: o clima, a configuração física ou geográfica, a flora, a fauna, etc. A demanda turística pode ser definida como a quantidade de bens e serviços que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado preço, a um período de tempo indeterminado.

Portanto, o principal agente econômico responsável pela demanda turística é o consumidor dos produtos: o turista.

Independente dos diversos conceitos atribuídos ao turismo ao longo do tempo, nas últimas décadas o mesmo tem passado por transformações que chegam a atingir inclusive os próprios conceitos. Deve-se, no entanto, compreender que o turismo é uma atividade humana, não apenas econômica, e que ele se realiza em um contexto histórico cultural.

Tais conotações, por si só justificam a necessidade de se adotar um planejamento adequado e condizente com as peculiaridades locais, além de contínuo monitoramento do espaço geográfico, haja vista que, como qualquer outra atividade, apresenta aspectos positivos e negativos, que devem ser avaliados frequentemente devido a sua dinâmica e sua capacidade de estar em constante mudança.

No próximo capítulo discutiremos a importância dos eventos para o turismo, assim como o conceito de turismo de eventos que nortearam o trabalho.

CAPITULO II

EVENTOS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO

“A persistência é o caminho do êxito”.

Charles Chaplin

2.1 Os eventos e alguns de seus conceitos

A conceituação de evento pode se dar de várias formas, dependendo de qual aspecto o mesmo está sendo analisado. Possui diferentes concepções, pois ao ser formatado envolve uma gama muito ampla de informações e serviços, profissionais da área, entre outros; justificando-se sua complexidade.

Para o autor Giácomo (1993), o evento pode ser conceituado como:

Evento é um acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma ideia ou ação.

Esta definição simplista de eventos se examinada em pormenores apresenta os elementos básicos e fundamentais para a composição do evento, dentre eles o planejamento. Os eventos são movimentadores, são grandes geradores de fluxo, e é este um dos fatores, dentre outros, que torna válido seu estudo.

No desenvolver do planejamento e organização são elencados diversos pontos, como um estudo da cidade na qual será realizado, os locais disponíveis, a data escolhida e a duração do mesmo. Todos estes aspectos ao serem considerados configuram a atividade, como afirma Britto e Fontes (2002):

Muito mais que um acontecimento de sucesso, festa, linguagem de comunicação, a atividade de relações públicas ou mesmo estratégia de marketing, o evento é a soma de esforços e ações planejadas com objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo.

Um cuidadoso planejamento é a peça chave para o sucesso de um evento. Dentre os itens a serem trabalhados estão o estudo de viabilidade e a preparação geral da oferta. Ao serem realizados estes estudos vários aspectos são levados em conta, sendo os principais: forma de gerenciamento geral do evento, estudo de custo-benefício, capacidade local relacionada a infraestrutura disponível, e captação de recursos. Planejar é otimizar o desempenho e evitar ou amenizar algumas possíveis falhas futuras.

Ainda segundo Britto e Fontes (2002):

O planejamento e o gerenciamento eficazes de recursos humanos estão na essência de qualquer evento bem-sucedido. É fundamental para o processo de gerenciamento de eventos assegurar que a equipe seja adequadamente escolhida, com as pessoas certas, que tenham sido devidamente treinadas e motivadas para alcançar seus objetivos.

Os cursos de capacitação são essenciais para qualquer área, e em eventos não é diferente. O evento é um bem intangível, ou seja, não pode ser visto antes da sua aquisição. Então, o que se espera como resultado dessa compra é a satisfação dos desejos e necessidades da demanda. Para Ângela Biudes (2008):

A tangibilidade do bem permite que ele seja visto, tocado, experimentado antes da compra, reduzindo, assim, problemas de insatisfação provenientes do valor do produto em si, do benefício central que ele deve proporcionar ao consumidor. Já o bem intangível, como um serviço de restaurante, de hotel, de educação, de turismo, entre outros, pela razão de não poderem ser principalmente experimentados antes de sua entrega, apresentam maiores dificuldades de encantar o cliente.

Os compradores criam expectativas em torno de toda a estrutura existente que esteja direta ou indiretamente ligada a atividade, e uma falha em qualquer uma delas gera frustração e possível perda de cliente.

É de suma importância ressaltar que cada evento possui suas especificidades. O que se pode afirmar é a existência das quatro fases, que são: concepção, pré-evento, evento e pós-evento. Independente da fase em que se encontra, tudo deve ser cuidadosamente estudado de forma interligada. É necessário entender o evento como parte de um processo, no qual, na visão do turismo, a cidade-sede é detentora de um grande percentual de avaliação.

Ao tratarmos da tipologia de eventos, encontramos muitas definições, bem como algumas diferenças apresentadas entre os autores. Neste trabalho adotaremos a definição de Andrade (1999), como atividade dos mais diferentes tipos reunindo pessoas. Consideramos ainda a concepção de Ferreira (1997) – os eventos sempre ocorrem em determinado tempo e lugar e podem ser culturais,

esportivos, musicais, de lançamento de produto ou serviço, inaugurações, comemorações, datas cívicas e outros.

A classificação dos eventos é de extrema importância principalmente no momento de decidirmos qual evento será executado para a necessidade que se faz presente, ou seja, é importante a definição do espaço a ser utilizado tendo em vista sua finalidade. Todo evento nada mais é do que uma forma de reunião. Para Meirelles (1999, p. 25):

A reunião caracteriza-se como o embrião de todos os tipos de eventos. Trata-se do encontro de duas ou mais pessoas, a fim de discutir, debater e solucionar questões sobre determinado tema relacionado com suas áreas de atividade.

É pertinente lembrarmos do autor Souza Andrade, em “Como administrar reuniões”, in Meirelles (1999, p. 25) que apresenta a tipologia dos eventos tendo como origem a reunião; e classifica-a em:

- Dialogal: baseada na informação, no questionamento e na discussão – palestra, conferência, seminário, simpósio, convenção, entrevista, entre outros.
- Coloquial: baseada no entretenimento, no lazer, na aproximação entre pessoas e na confraternização – coquetel, café da manhã, almoço, jantar, *brunch*, *happy hour*, entre outros.
- Competitiva: concursos, torneios, entre outros.
- Expositiva e demonstrativa: feira, salão, mostra, exposição, desfile, lançamento de produtos, inauguração, entre outros.

Em relação à classificação por categoria, Melo Neto (1999, p. 25) retrata uma gama de eventos, podendo assim ser resumido: eventos especiais, de participação, permanentes, esporádicos, únicos, de oportunidade, de massa, de nicho, promocionais de marca, promocionais de produtos e serviços, locais, regionalizados

e globais.

2.2 A importância do Turismo de Eventos

Os eventos assumem uma função sinérgica para com o turismo, o qual se torna perceptível uma vez que o evento em si é algo dinâmico, causando de forma direta ou não um certo impacto nas localidades-sedes. A cidade que disponibiliza espaços, hospeda, alimenta, traz entretenimento, etc., passa a ser alvo de investimentos públicos e/ou privados, visando o alavancar não só da atividade, como o desenvolvimento do próprio local. É uma série de componentes que se interligam e se completam para dar forma ao acontecimento.

A infraestrutura local deve ser compreendida como parte de um todo, onde hospedagem, alimentação, entretenimento, facilidades de acesso, entre outros, estão diretamente interconectados. Para Martin (2003), um dos critérios predeterminados que visa o sucesso do evento é “o estudo da capacidade, custos compatíveis, e adequados aos padrões e necessidades dos participantes”. Ou seja, a cidade-sede torna-se responsável pela sintonia entre evento e participante.

O acesso à infraestrutura turística (aeroportos, rodoviárias, hotéis, restaurantes, e outros) deve ser facilitado, fazendo com que os responsáveis pelos mesmos estejam em constante atualização do setor. Para isso criam-se cursos desenvolvedores e de capacitação dentro e fora das empresas, onde a presença de todos é fundamental. Uma vez adequados, é preciso estar alerta às características da cidade e peculiaridades de cada evento que venha a ser realizado.

A cidade pode e deve apresentar alternativas além do próprio evento, motivando então um maior número de deslocamentos. Segundo Silva (2003):

É importante observar que o turista de eventos é motivado por interesses profissionais, mesclando atividades de trabalho e lazer, tornando-se um consumidor com grande potencial de consumo do item diversão. Outro aspecto importante do Turismo de Eventos é o fato do turista retornar depois, com a família, para os locais que mais lhe agradaram.

Partindo desta premissa, faz-se necessário que o local aponte e desenvolva seus diferenciais, elementos que poderão ser os fatores motivacionais no futuro. A boa elaboração de projetos bem como a execução destes, que estejam voltados para trazer benefícios à cidade, devem levar prioridade perante as ações governamentais.

Notadamente, a partir da década de 60 do século XX, a participação do Estado como agente de controle das atividades turísticas passou a ser mais evidente, através da publicação de diversos instrumentos normativos, além da implementação de programas voltados para o setor. Mediante esta participação, o Estado busca colaborar com o desenvolvimento do turismo. Logo, em meados da década citada, se iniciou a adoção de mecanismos de financiamento para o desenrolar da atividade no país, como a implantação da primeira Política Nacional de Turismo.

Qualquer que seja a política ou programa em pauta, é imprescindível que o mesmo contemple uma maior parceria entre o setor público e o setor privado, como forma de fortalecimento do segmento.

Tratando-se de turismo e eventos é pertinente a definição apresentada por Andrade (1999) sobre turismo de eventos, na qual afirma:

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 profissional-cultural, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização.

Segundo Britto e Fontes (2002) o turismo de eventos é um segmento que cuida de tipos variados de eventos que se desempenham dentro de um universo amplo e diversificado, refletindo o esforço do mercado das diversas áreas.

Os autores revelam que o evento proporciona ao grupo a troca de informações, a tecnologia, o debate de novas proposições, o lançamento de um produto cooperando para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação.

De acordo com Silva (2003):

Em um momento que é necessário contornar os efeitos de “alta e baixa estação”, visando fomentar o turismo em diferentes épocas do ano, para existir um maior equilíbrio da demanda, o Turismo de Eventos apresenta-se como uma solução ideal para os destinos turísticos.

Neste ambiente, observa-se forte conotação às atividades voltadas para congressos e eventos similares, quando se aborda este segmento da atividade turística. No entanto, pode-se caracterizar também como turismo de evento aquele que se destina a oferecer atividades de lazer e recreação mediante a promoção de festas populares, festivais e outros do gênero.

Mathieson & Wall (1992, p. 88) afirmam que “os destinos turísticos que são altamente dependentes dessa atividade se encontram economicamente ancorados em bases instáveis. Para se evitar rupturas causadas pelas flutuações de demanda, aconselha-se que promovam a diversificação, tanto da própria indústria turística como na composição de sua base econômica”.

Essa diversificação dentro da própria atividade turística pode ser traduzida, tanto em termos da oferta diferenciada de equipamentos e serviços, como das motivações inerentes a cada destino turístico.

Segundo a OMT (2009), o turismo é o terceiro setor mais lucrativo da economia mundial. Dos 3,4 trilhões de dólares gerados anualmente em todo mundo pelo setor, 850 bilhões advém do turismo de eventos, que cresce a uma taxa anual da ordem de 30%.

De acordo com a International Congress and Convention Association (ICCA), estima-se que, no mundo, sejam realizados cerca de 70 mil eventos do tipo congresso e, o crescimento anual superou em muito o do próprio setor do turismo como um todo, aproximando-se de 12% nos últimos anos.

Segundo dados da Embratur, na década de 90 o número de turistas que entrou no Brasil com a finalidade de participar de eventos oscilou entre 34 e 71 mil e o impacto gerado por esta promissora área do turismo de eventos no país proporciona gastos diretos no valor de US\$ 981,4 milhões, gerando 33,8 mil empregos diretos e US\$ 108,3 milhões em impostos.

Observando-se as últimas pesquisas publicadas no site da Embratur podemos confirmar os resultados do trabalho que esse órgão vem realizando nos últimos anos. Segundo uma das pesquisas, somente de 1995 a 2008, o capital privado investido em novos projetos turísticos alcançou US\$ 6 bilhões, gerando 300 novos hotéis, 140 mil empregos diretos e 420 mil empregos indiretos. Todo esse volume de investimentos fez o Brasil saltar da 49^a para 29^a posição no ranking da OMT.

CAPITULO III

PONTA GROSSA NOS CAMPOS GERAIS E SUA VOCAÇÃO PARA EVENTOS

“Só se pode alcançar um grande êxito quando nos mantemos fiéis a nós mesmos”.

Friedrich Nietzsche

3.1 História e contextualização

Segundo informações obtidas no site oficial da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, a cidade conta com aproximadamente 300.000 habitantes e está estrategicamente localizada no principal entroncamento rodo-ferroviário do Sul do país. A facilidade de acesso que se dá através das BR's 277, 376, PR 151, e Transbrasiliana, favorece a cidade tornando-a um polo comercial, cuja realização de eventos se torna fator marcante. Além disso, “a força e a dedicação de sua gente fizeram emergir um polo metal-mecânico e industrial, um comércio diversificado, um centro técnico-educacional de reconhecimento internacional e uma agricultura pujante de altos índices de produtividade”¹.

Com um *trade* turístico em desenvolvimento, apresenta potencialidade para o turismo de eventos, segmento o qual pode contribuir para com o alavancar da atividade econômica local. É importante ressaltar, também, outros benefícios trazidos, como por exemplo: geração de empregos temporários, reconhecimento da cidade-sede e geração de fluxo turístico.

Além de seu estratégico posicionamento geográfico, Ponta Grossa é também reconhecida por abrigar diversas multinacionais como Continental, Masisa, Tetra Pak, entre outras. Devido aos seus valores estas empresas tornam-se parcialmente responsáveis pelo desenvolvimento local, uma vez que atuam como verdadeiros imãs de oportunidades de emprego ou estágio. A cidade é a segunda em número de indústrias no estado do Paraná, e vem cada vez mais contratando novos trabalhadores, segundo Paraná TV 2ª Edição, principal telejornal da Rede Paranaense de Comunicação – RPCTV -, exibido no dia 05 de agosto de 2010.

1 A Cidade | Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. Disponível em <http://www.pontagrossa.pr.gov.br/acidade>. Acessado em 07 de julho de 2009.

O setor industrial exige a constante atualização e profissionalização setorial, cujas quais vêm a ser viabilizadas através dos cursos de capacitação, congressos, seminários e semanas de estudo. No setor educacional destacam-se a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e também a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), as quais colaboram para com a realização de eventos de pequeno até grande porte, de cunho acadêmico-tecnológico. Estes eventos são capazes de mobilizar a cidade, agindo como verdadeiros geradores de fluxo e, portanto, movimentam a economia local.

Novamente se faz importante citar que ao se promover um evento, seja este de qualquer área, promove-se também a cidade, suas ofertas e sua cultura. Os objetivos e motivações de cada evento são distintos, mas evidencia-se a capacidade da cidade para a realização dos mesmos, além da “vocaçãõ” como produto turístico. Ruschmann (1999, p. 27) afirma que “Os componentes do produto turístico, do ponto de vista do consumidor, são as atrações do núcleo receptor, as facilidades que são oferecidas aos turistas, e as vias e meios de acesso”.

No turismo de eventos se agregam outros segmentos, o que justifica a relevância na divulgação da cidade através da distribuição de panfletos, folders, e mídias em geral durante a realização de um determinado evento. O objetivo é que o visitante não só conheça a cidade, mas sinta-se motivado a conhecer de fato as atrações turísticas locais. Segmentos como o turismo em áreas naturais, turismo cultural, turismo religioso e outros, são exemplos de alternativas que Ponta Grossa dispõe para serem aliadas aos eventos.

3.2 Eventos consolidados na cidade

Considerando Ponta Grossa uma cidade com vocação para a realização de eventos, é pertinente citar alguns destes já então consolidados. São acontecimentos, de diversas áreas, que abrangem festas tradicionais, festivais, exposições, congressos e encontros.

Este estudo não tem por objetivo analisar a dimensão turística dos referidos eventos, mas sim apontar aqueles que estão presentes na identidade local. Para Melo Neto (2001, p. 66), “O evento quando bem sucedido, faz história e torna-se parte da memória da cidade”.

Baseado neste conceito e na representatividade desses eventos para Ponta Grossa e região, apresenta-se: Exposição e Feira Agropecuária, Comercial e Industrial (EFAPI), Festival Nacional de Teatro (FENATA), Festival Universitário da Canção (FUC) e München Fest.

1. Exposição e Feira Agropecuária, Comercial e Industrial (EFAPI):

A Exposição e Feira Agropecuária, Comercial e Industrial, EFAPI, é considerada um dos eventos de destaque para o setor agropecuário local. A primeira edição foi realizada em 1969, com duração de cinco dias, sediada nas antigas instalações do Colégio Agrícola Augusto Ribas, onde hoje encontra-se o Campus de Uvaranas da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Atualmente é promovido pela Sociedade Rural dos Campos Gerais, em conjunto com a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa.

Além da exposição, a EFAPI trouxe ao público gastronomia, parque de diversão e entretenimento, que então contava com a apresentação dos conjuntos Bluestones e As Brasas. Outro destaque da abertura foi a ilustre presença da Miss

Brasil da época, Vera Fischer.

O auge do evento foram os desfiles dos animais e o leilão. A EFAPI se mostrou um agente entre produtor e população, valorizando o que realmente a cidade produzia e cultivava. Animais de alta linhagem revelaram à região e ao Brasil a potencialidade local e seu desenvolvimento.

Em 1976 e 1978, o evento foi cancelado devido a um surto de febre aftosa que ocorria na época. Além deste abalo, a feira encontrava dificuldades em relação ao espaço escolhido para a realização da mesma. Em 1985 foi transferida para a área que hoje pertence ao Exército, no núcleo Santa Terezinha, onde realizaram-se sete das edições. Segundo o presidente da Associação dos Servidores Públicos Municipais, Sebastião Mendes, as condições do espaço eram precárias, tudo era feito de forma improvisada. Diante desta situação, o evento foi novamente cancelado.

Foi em 1995, sob a gestão de Paulo Cunha Nascimento, que a EFAPI mudou-se para o Centro de Eventos, em sua 22ª edição, onde permanece sendo realizada até hoje.

O evento, em diferentes edições, agregou outras atividades e apresentações, sendo estas verdadeiras ferramentas motivacionais. Já foram realizados rodeios, apresentações da Esquadrilha da Fumaça, shows nacionais e internacionais, e recentemente, em sua última edição (33ª), trouxe a feira de confecções e ciclo de palestras e lançamentos tecnológicos.

2. Festival Nacional de Teatro (FENATA):

O Festival Nacional de Teatro, FENATA, teve sua idealização em 1973 sob a

denominação original de Festival Nacional do Teatro Amador, o qual veio a perder seu último termo somente em 2003. Em 1978 foi criado o 1º Festival Nacional de Teatro Infantil, o FENATINHA, hoje conhecido como Mostra Infantil.

Sob responsabilidade da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX), através da Divisão de Assuntos Culturais (DAC) UEPG, o evento é considerado movimentador, além de incentivar e possibilitar a inserção cultural na cidade.

Realizado anualmente, apresenta as categorias adulto, infantil, bonecos, rua e a mostra em espaços alternativos. No ano de 2008 iniciou-se o teatro de bonecos.

Detentor da Homenagem Cárola Calligares Boá em abril 2007 e 2008, Premio Destaque em dezembro de 2008, o FENATA é também reconhecido por ter trazido em suas primeiras edições artistas nacionalmente conhecidos, como Grande Otelo, Lucélia Santos, Ary Fontoura, Paulo Autran, entre outros artistas de renome.

3. Festival Universitário da Canção (FUC):

O Festival Universitário da Canção, FUC, teve sua primeira edição em 1980, passando por uma interrupção entre os anos de 1986 e 1995. O 1º FUC foi organizado pelo Diretório Central dos Estudantes (DCE) UEPG, contando com o apoio da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa por intermédio da Secretaria Municipal de Cultura e Esporte. Em 1995, no entanto, passa a ser coordenado pela Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais, através da Divisão de Assuntos Culturais (DAC) UEPG, com apoio da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, Banco do Estado do Paraná – BANESTADO, Secretaria de Estado da Cultura, TV Esplanada canal 7 e DCE.

Assim como o FENATA, o Festival Universitário da Canção é reconhecido não só por movimentar a cidade, mas também por ser um evento incentivador da cultura. O FUC é um evento que já faz parte da programação cultural de Ponta Grossa no mês de junho.

Segundo a pesquisa realizada por Gracielle Ribeiro em 2009, a maioria do público do evento é mesmo da cidade, não caracterizando-o, portanto, como um evento turístico. Apesar de não movimentar o turismo e o *trade* de forma significativa, o FUC destaca-se como um evento de importância para a cidade e também reconhecido no cenário estadual/nacional.

O Festival passa constantemente por melhorias gerais que incentivam uma maior participação do público. Como exemplo, a mudança de sua realização da Universidade Estadual de Ponta Grossa para o Cine Teatro Opera, cuja localização é central e de fácil acesso. Os shows de encerramento, que trazem artistas conhecidos nacionalmente, também é um fator colaborativo.

4. München Fest:

A Münchenfest – Festa Nacional do Chopp Escuro – teve sua criação em 1990, promovida pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e a extinta fábrica da Antarctica (Companhia Antarctica Paulista de Bebidas). A primeira edição foi realizada onde hoje encontra-se o Terminal de ônibus central e o Parque Ambiental Manoel Ribas, mudando-se para o Centro de Eventos a partir da segunda edição.

Motivados pela busca de atrair turistas e divulgar a cidade, a festa foi inspirada na Oktoberfest², evento de sucesso. O grande diferencial inicial estava

² Oktoberfest – Festa do Chopp realizada no mês de outubro na cidade de Blumenau – SC. Apresenta músicas alemãs e danças folclóricas.

mesmo na cerveja, pois esta era produzida artesanalmente na antiga fábrica da cidade. No entanto, devido a sua quantidade limitada, optou-se por oferecer o chopp escuro “München”, que era produzido em maior escala e também fabricado em Ponta Grossa.

A bebida de origem alemã trouxe consigo as características da festa: bandas e músicas alemãs, apresentação de grupos folclóricos, gastronomia e infraestrutura (barracas em estilo germânico).

A festa é realizada anualmente, entre os meses de novembro e dezembro; já fazendo parte do calendário de eventos da cidade. Além das especificidades já citadas, a München traz apresentações regionais e nacionais, além de concursos de rainha, de blocos e do chopp em metro.

Referidos festivais e eventos são, acima de tudo, um importante segmento do lazer e atuam como verdadeiros compensadores em períodos de baixa sazonalidade.

É importante ressaltar que o efeito multiplicador de renda é uma característica do turismo de eventos, constituindo então um relevante papel para o crescimento e consolidação da atividade turística. Independente do campo em que ocorrem estes eventos, todos são capazes de motivar investimentos e melhorias, atingindo de forma direta ou indireta os demais ramos do *trade* turístico.

Dependendo de sua tipologia, os eventos atraem primeiro a população local, depois as regiões vizinhas, podendo então encorpar-se em âmbitos estadual, nacional, internacional e até mesmo mundial. Com isso, os impactos positivos causados ultrapassam o aspecto econômico, beneficiando também o cultural,

histórico, social, entre outros.

Nesse contexto, é válido citar alguns eventos significativos não só para a cidade, dentre eles: Congresso Internacional de Administração – ADM –, Congresso Internacional de Odontologia de Ponta Grossa – CIOPG –, Simpósio Sul Brasileiro de Espeleologia, entre outros. Estes contam com a vinda de participantes de outros estados, até mesmo de outros países, os quais por fim acabam utilizando-se da infraestrutura local, desde alimentação, hospedagem, transporte, e demais serviços públicos oferecidos.

Destacam-se também os eventos que, apesar de não atraírem número significativo de turistas, ocorrem na cidade: Carnaval Cristão de Ponta Grossa, Encontro de Carros e Antiguidades Mecânicas, Encontro de Corais, Festa da Uva de Ponta Grossa – FESUVA –, Festa de Santa Bárbara, Jogos Estudantis Municipais – JEM –, Rodeio dos Rodeios, Semana de Cultura Bruno e Maria Enei e Tropeada.

A cidade de Ponta Grossa, juridicamente desde abril de 2005, conta com o Ponta Grossa Convention & Visitors Bureau – PGCVB –, um aliado na captação de eventos. Este é um órgão importante que contribui de maneira significativa para a captação de eventos, além de divulgar a cidade.

Segundo Matias (2001), a preparação da captação ocorre da seguinte forma:

A equipe de captação do CVB fará um levantamento dos eventos internacionais (congressos, seminários, simpósios e outros) que se realizam pelo mundo, sua periodicidade, histórico de locais que já sediaram e data futura que ainda está em aberto. Essas informações são coletadas em várias fontes, tais como: *International Congress and Convention Association – ICCA*, *International Association of Convention & Visitors Bureau – IACVB*, associações de classe e calendários do trade turístico (companhias aéreas, centros de convenções, hotéis), entre outras.

Baseado nisso e em material fornecido pelo Convention, destacam-se como suas principais ações a coordenação do calendário de eventos da região, a promoção da região como local para a realização de eventos, ambos visando o

fomento da atividade turística regional.

Dessa forma, comprova-se que muito além dos eventos já consolidados na cidade, caracterizados pela sua anualidade, Ponta Grossa é capaz de captar mais eventos fazendo com que estes não só aumentem o fluxo de turistas, mas também atuem como agentes de desenvolvimento e reconhecimento da cidade-sede.

Para tanto, justifica-se a necessidade da análise dos espaços disponíveis para a realização de eventos, uma vez que é de suma importância conhecer as reais condições da oferta, visando atender aos requisitos de uma potencial cidade receptora de eventos.

CAPITULO IV

ESPAÇOS DISPONÍVEIS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS NA CIDADE DE PONTA GROSSA - PR

“O futuro pertence àqueles que acreditam na beleza de seus sonhos”.

Elleanor Roosevelt

4.1 Espaços disponíveis para a realização de eventos

Para o desenvolvimento deste trabalho foi realizado um recorte nos espaços já existentes em razão da quantidade e diversidade de locais que abrigam tais acontecimentos. Portanto, foram levantados apenas auditórios, centros de convenções (hotéis e shopping), centro de eventos, clubes e teatros.

Foram analisados aspectos como a capacidade de carga local, a área e condições do espaço, os equipamentos, a estrutura para intervalos, e outros elementos que possibilitarão uma melhor avaliação do tipo de evento que pode ser realizado em determinado espaço. Para isto foram aplicados formulários (em anexo), além de entrevistas esporádicas e efetiva visita ao espaço em questão.

Segue-se a apresentação dos mesmos em maiores detalhes:

4.1.1 Auditórios:

- Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG)

O espaço tem capacidade para 100 pessoas, em auditório, em cadeiras móveis. Possui 1 mesa, mais as necessárias para o café. Dispõe de dois equipamentos de som, um de CD, um de fita, dois microfones sem fio, três multimídias, dois retro-projetores, quatro telas, três TV's (29, 32 e 42 polegadas), um DVD e três vídeo-cassete.

Existe estrutura para intervalo/café ou lanche na própria sala, pois possui cozinha conjugada. Não tem estacionamento próprio.

Podem ser realizadas palestras, cursos, reuniões e coquetéis.

O auditório pode ser alugado para sócios e não sócios com valores diversificados.

Localização: Rua Coronel Dulcídio, número 975. Centro. CEP 84010-280.

Telefone: (0xx42) 3220-7200. Site: <http://www.acipg.org.br>

E-mail: acipg@acipg.org.br

- Colégio Estadual Regente Feijó

O auditório tem capacidade para 200 pessoas, em poltronas fixas, e possui 1 mesa central. Há equipamento de som, CD, fita, dois multimídias, quatro retro-projetores, uma tela, vinte e quatro televisões, três DVDs, um vídeo-cassete, um microfone com cabo e dois sem fio.

A área do espaço é de 500m² e não apresenta estrutura para intervalo/café ou lanche. Não possui funcionário de portaria no auditório, somente na entrada do colégio.

Podem ser realizados encontros e rodadas de palestras.

A condição do local é boa, com ventiladores e iluminação apropriados. Este auditório é bastante solicitado para concursos devido à sua localização central. No entanto o colégio só cede o espaço sob ordem do Núcleo Regional de Educação. Para eventos externos é locado.

Segundo a coordenação, a prioridade deste auditório são as aulas.

Localização: Rua do Rosário, número 194. Centro. CEP 84010-150.

Telefone: (0xx42) 3225-1741. Fax: (0xx42) 3225-1626.

- Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) – Subseção de Ponta Grossa

A subseção da OAB em Ponta Grossa possui um auditório e um miniauditório disponíveis para locação. Dispõe de dois equipamentos de som, um de CD, dois microfones com cabo, dois multimídias, uma TV 40 polegadas e um DVD.

O auditório abriga 230 pessoas em poltronas fixas, e o miniauditório 77 pessoas, sendo 50 em poltronas fixas e 27 em cadeiras móveis. Não possui funcionário de portaria. Conta com estacionamento próprio.

Podem ser realizados congressos, cursos e posses.

As condições do espaço são boas, uma vez que este passou por uma recente reforma no final do ano de 2009. É proibida a ingestão de alimentos e bebidas dentro do auditório.

Localização: Rua Leopoldo Guimarães da Cunha, número 510. Oficinas.
CEP 84035-310. Telefone: (0xx42) 3028-2313. Site: <http://www.oabpg.org.br>
E-mail: pontagrossa@oabpr.org.br

- Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais da Universidade Estadual de Ponta Grossa (PROEX-UEPG)

O auditório dispõe de 110 cadeiras, e equipamentos de som, microfone com cabo, multimídia, retro-projetor, tela e computador. A montagem destes é realizada pelo Centro de Recursos Áudio-Visuais da UEPG.

O espaço foi projetado para abrigar 110 pessoas, caso exceda essa capacidade a estrutura pode ser prejudicada devido ao material utilizado.

Possui funcionário de portaria e os intervalos/café ou lanche podem ser feitos no pátio da PROEX, ou mesmo no auditório, dependendo do evento. Podem ser realizados encontros, palestras, reuniões, entre outros.

As condições do espaço são boas, não possuindo estacionamento próprio.

Localização: Praça Marechal Floriano Peixoto, número 129. Centro.
CEP 84010-680. Telefone: (0xx42) 3225-2360 e (0xx42) 3223-4377.

Fax: (0xx42) 3225-2397.

Site: <http://www.uepg.br/proex/>

E-mail: proex@uepg.br

- UNIMED – Auditório Dr. Luiz Enny Fachin

O auditório da UNIMED Ponta Grossa tem capacidade para 140 pessoas, em auditório, e possui 4 mesas. Dispõe de um equipamento de som, um de CD, um de fita, dois microfones com cabo, um microfone sem fio, um multimídia, uma tela, um DVD e um vídeo-cassete.

Intervalos/café ou lanche podem ser realizados no hall de entrada, desde que para poucas pessoas. Não possui funcionário de portaria no auditório.

Podem ser realizadas palestras, cursos e reuniões.

As condições do espaço são boas, com pintura conservada e iluminação apropriada, não possuindo estacionamento próprio.

Localização: Rua Comendador Miró, número 417. Centro. CEP 84010-160

Telefone: (0xx42) 3220-7000. Fax: (0xx42) 3220-7060.

Site: <http://www.unimedpg.com.br>

E-mail: secretaria@unimedpg.com.br

- Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

A Universidade Estadual de Ponta Grossa possui quatro auditórios, três em seu Campus Central e um no Campus Uvaranas. Não há funcionário de portaria em nenhum deles e não souberam informar a área de cada local. Segue-se descrição:

- Auditório da Reitoria UEPG:

Dispõe de 400 poltronas fixas, 20 cadeiras e 2 mesas. Possui equipamento de som, CD, fita, microfone com cabo e sem fio, multimídia, retro-projetor, tela e DVD. A quantidade de cada um não foi informada porque, segundo o CRAV – Centro de Recursos Áudio-Visuais –, são disponibilizados quantos equipamentos forem necessários. Além dos citados, há também sistema de iluminação, bandeiras nacional, estadual, municipal e suporte para bandeira da entidade contratante.

Existe estrutura para intervalo/café ou lanche.

Podem ser realizados variados tipos de eventos, como palestras, shows e teatro.

As condições do espaço são boas, já que este é recém reformado. A reforma teve início no ano de 2009, tendo seu término no presente ano.

- Pequeno Auditório:

Dispõe de 60 poltronas. A questão dos equipamentos é a mesma referente ao Auditório da Reitoria, porém não possuindo sistema de iluminação.

Não há estrutura para intervalo/café ou lanche, podendo este ser realizado apenas no corredor.

- Miniauditório Bloco B – sala 108:

Dispõe de 40 poltronas com suporte para anotações e 1 mesa. Equipamentos e estrutura para intervalos, mesmas informações referentes ao Pequeno Auditório.

- Auditório do Observatório Astronômico (Campus Uvaranas):

Dispõe de 110 cadeiras.

Possui uma pequena sala, a qual pode ser utilizada para café/lanche, no entanto o tamanho da mesma não condiz com a quantidade de pessoas que abriga o auditório.

Localização Campus Central: Praça Santos Andrade, s/nº. Centro.

CEP 84010-919. Telefone: (0xx42) 3220-3300. Site: <http://www.uepg.br>

E-mail: crav@uepg.br

Localização Campus Uvaranas: Avenida Carlos Cavalcanti, número 4748.

Uvaranas. CEP 84030-900. Telefone: (0xx42) 3220-3074.

- Auditório da Reitoria UEPG:



FOTO 1. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 2. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 3. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 4. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 5. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.

- Pequeno Auditório:



FOTO 6. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 7. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.

- Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)

A Universidade Tecnológica Federal do Paraná possui um auditório, um centro de convivência e um miniauditório. No entanto, o miniauditório atualmente é de uso exclusivo da universidade, sendo utilizado para vídeo-conferências.

- Auditório UTFPR:

Dispõe de 226 poltronas fixas e 1 mesa. Possui um equipamento de som, um de CD, um de fita, 5 microfones com cabo, um sem fio, um multimídia, um retro-projetor, uma tela, um vídeo-cassete e um computador. Há também bandeiras nacional, estadual, municipal e suporte para bandeira da entidade contratante.

O espaço abriga 300 pessoas em aproximadamente 100m². Não há funcionário de portaria, somente na entrada da universidade. Não existe

estrutura para intervalo/café ou lanche, sendo estes feitos de forma improvisada no corredor.

Podem ser realizadas palestras. Realizam-se nesse espaço formaturas internas de turmas de pequeno porte (de 20 a 30 alunos).

O local é o mesmo desde 1993, foram trocadas apenas as cortinas.

- Centro de convivência UTFPR:

Possui um salão com palco e dispõe de cadeiras móveis. Os equipamentos são de responsabilidade do locatário neste caso.

São 800 lugares e podem ser realizadas formaturas externas.

Localização: Rodovia PR 151, km 4. CEP: 84016-210.

Telefone: (0xx42) 3220-4800. Site: <http://www.utfpr.edu.br/pontagrossa>

- Auditório UTFPR:



FOTO 8. Fonte: Recursos Áudio-Visuais UTFPR.



FOTO 9. Fonte: Recursos Áudio-Visuais UTFPR.



FOTO 10. Fonte: Recursos Áudio-Visuais UTFPR.

Observação: Conforme a lei que regulamenta a utilização das bandeiras, estas não podem ficar em contato com o piso.

4.1.2 Centros de convenções:

- Barbur Plaza Hotel

O Barbur Plaza Hotel conta com um centro de convenções dispoendo de cinco salas, sendo estas denominadas Sala 2, Sala 4, Sala 6, Sala 8 e Sala 10. Os equipamentos são disponibilizados através de serviço terceirizado, possuindo quatro equipamentos de som, quatro de CD, quatro de MD, três microfones com cabo, três microfones sem fio, cinco multimídias e cinco telas. Possui 500 cadeiras e 35 mesas.

Os valores de locação de diária dividem-se em locação diária sem kit multimídia incluso e locação diária com kit multimídia incluso.

O hotel dispõe os salões de forma que estes venham a atender a necessidade do cliente, expondo a capacidade ideal de cada sala de acordo com o evento a ser realizado: em auditório, em disposição "U", espinha de peixe, escolar, banquete e coquetel. Apresenta também as dimensões aproximadas dos espaços, nas quais Sala 2 totaliza em 265m², Sala 4 em 46m², Sala 6 em 90m², Sala 8 também em 90m² e Sala 10 em 220m².

Podem ser realizados eventos corporativos, sociais, treinamentos e cursos.

Há estrutura para intervalo/café ou lanche, funcionando no sistema de coffee break, possuindo duas opções de valores diferentes (em anexo).

As condições do espaço são boas, prédio com seis anos de construção. Possui cinco funcionários na recepção e sete mensageiros. O estacionamento é somente para hóspedes.

Localização: Avenida Visconde de Mauá, número 1001. Oficinas. CEP 84040-290. Telefone: (0xx42) 3027-1001. Site: <http://www.barbur.com.br>

E-mail: hotel@barbur.com.br

- Barbur Plaza Hotel:



FOTO 11. Fonte: Barbur Plaza Hotel.



FOTO 12. Fonte: Barbur Plaza Hotel.



FOTO 13. Fonte: Barbur Plaza Hotel.



FOTO 14. Fonte: Barbur Plaza Hotel.

- Planalto Hotel & Eventos

O Planalto tem, no total, oito salas disponíveis para eventos. O diferencial do hotel é que este possui a Casa de Eventos, na qual encontram-se seis dos espaços. No próprio hotel estão o Salão Planalto, Sala A e sala para café, então descritos:

- Salão Planalto e Sala A:

No total o hotel dispõe de 180 cadeiras e 27 mesas, podendo estas serem utilizadas tanto no Salão Planalto quanto na Sala A. Os equipamentos são alugados de terceiros, sendo um equipamento de som, um de CD, um de MD, um de fita, um microfone com cabo, um sem fio, um multimídia, um retro-projetor, cinco telas, uma TV 32 polegadas, um DVD e um vídeo-cassete. No entanto, por serem locados estão disponíveis a quantidade que o cliente necessitar.

O Salão Planalto abriga até 120 pessoas em auditório, em 110m² de área. A Sala A abriga 70 pessoas, também em auditório, em 55m²; e a sala para café 56 pessoas em 40m².

Ambas contam com funcionários de portaria (funcionários da recepção do

hotel), e com estrutura para intervalo/café ou lanche.

Podem ser realizadas palestras, treinamentos, reuniões, show-room, *workshops*. Na sala para café há disponibilidade para jantares, almoços, café colonial, coquetéis.

As condições dos espaços são boas, todas equipadas com ar-condicionado, wi-fi, linha telefônica e ponto de Internet rápida (ADSL). Possui estacionamento próprio.

- Casa de Eventos – Sala 1, Sala 2, Sala 3, Sala 4, Sala 5 e Sala 6:

Sala 1: Capacidade para até 50 pessoas, em 48m² de área.

Salas 2 e 3: Ambas com capacidade para até 30 pessoas, em 26m² de área cada sala.

Sala 4: Capacidade para até 20 pessoas, em 22m² de área.

Sala 5: Capacidade para até 40 pessoas, em 35m² de área.

Sala 6: Capacidade para até 15 pessoas, em 14m² de área.

É válido ressaltar que todos os outros aspectos levantados (equipamentos disponíveis, estrutura para intervalo/ café ou lanche, eventos que podem ser realizados e estacionamento) são os mesmos referentes ao Salão Planalto e Sala A, porém a Casa de Eventos é um estabelecimento a parte, não sendo localizado dentro do hotel.

Localização: Rua Sete de Setembro, número 652. Centro. CEP 84010-350.

Telefone: (0xx42) 3220-7900. Site: <http://www.hotelplanalto.com.br>

E-mail: reservas@hotelplanalto.com.br

- Planalto Hotel & Eventos:



FOTO 15. Fonte: Planalto Hotel & Eventos.



FOTO 16. Fonte: Planalto Hotel & Eventos.



FOTO 17. Fonte: Planalto Hotel & Eventos.

- Slaviero Executive Ponta Grossa

O hotel Slaviero Executive Ponta Grossa dispõe de sete espaços para a realização de eventos, sendo estes: auditório Dr. Wilson, sala Missisipi, sala Missouri, sala Paraná, sala Tibagi, sala Iguaçu e o saguão do auditório. Possuem estacionamento próprio, porém é cobrado um valor por carro/período.

- Auditório Dr. Wilson:

O auditório dispõe de 500 cadeiras e 70 mesas. Conta com um equipamento de som, três microfones com cabo, um multimídia, uma tela e um notebook.

Em auditório abriga 500 pessoas, em 360m² de área. Não possui funcionário de portaria e existe estrutura para intervalo/café ou lanche. Podem ser realizadas feiras, convenções, jantares, coquetéis, palestras, treinamentos, exposições, desfiles.

O espaço é climatizado, com palco, entrada independente, pé direito alto, piso de carpete em perfeito estado com 3 anos de uso. Saídas de energia em 110 e 220 volts.

- Saguão do auditório:

O saguão possui apenas um equipamento de som.

Em auditório abriga 250 pessoas, em 250m² de área. Não possui funcionário de portaria e o próprio local é a estrutura para intervalos/café ou lanche.

Podem ser realizadas feiras, jantares, coquetéis, desfiles.

O espaço não tem ar condicionado, possui pé direito alto, piso frio. Saídas de energia em duas voltagens.

- Sala Missisipi e Sala Missouri:

As duas salas são iguais, dispendo de um equipamento de som, um

multimídia e uma tela.

Em auditório cada uma abriga 100 pessoas, em 80m² cada sala. Não possuem funcionários de portaria, mas ambas contam com estrutura para intervalo/café ou lanche.

Possuem sonorização própria, isolamento acústico, excelente iluminação e estrutura para projeção suspensa. Piso de carpete.

- Sala Paraná:

A sala dispõe de 50 cadeiras. Em auditório abriga 50 pessoas, em 40m² de área. Não possui funcionário de portaria e existe estrutura para intervalo/café ou lanche.

Podem ser realizadas reuniões, show room, treinamentos, palestras.

O espaço é recém reformado (carpete, ar condicionado e pintura).

- Sala Tibagi:

Em auditório abriga 20 pessoas, em 20m² de área. Não possui funcionário de portaria e existe estrutura para intervalo/café ou lanche.

Os eventos que podem ser realizados e condições do espaço são os mesmos referentes a Sala Paraná.

- Sala Iguazu:

O número de pessoas que abriga e área da sala são os mesmos referentes a Sala Tibagi.

Os eventos que podem ser realizados e condições do espaço são os mesmos referentes a Sala Paraná.

Localização: Rua Jacob Holzmann, número 219. CEP 84035-300.

Telefone: (0xx42) 3220-5200. Fax: (0xx42) 3220-5399.

Site: <http://www.hotelslaviero.com.br>

- Slaviero Executive Ponta Grossa:



FOTO 18. Fonte: Slaviero Executive Ponta Grossa.



FOTO 19. Fonte: Slaviero Executive Ponta Grossa.



FOTO 20. Fonte: Slaviero Executive Ponta Grossa.

Slaviero Executive Ponta Grossa

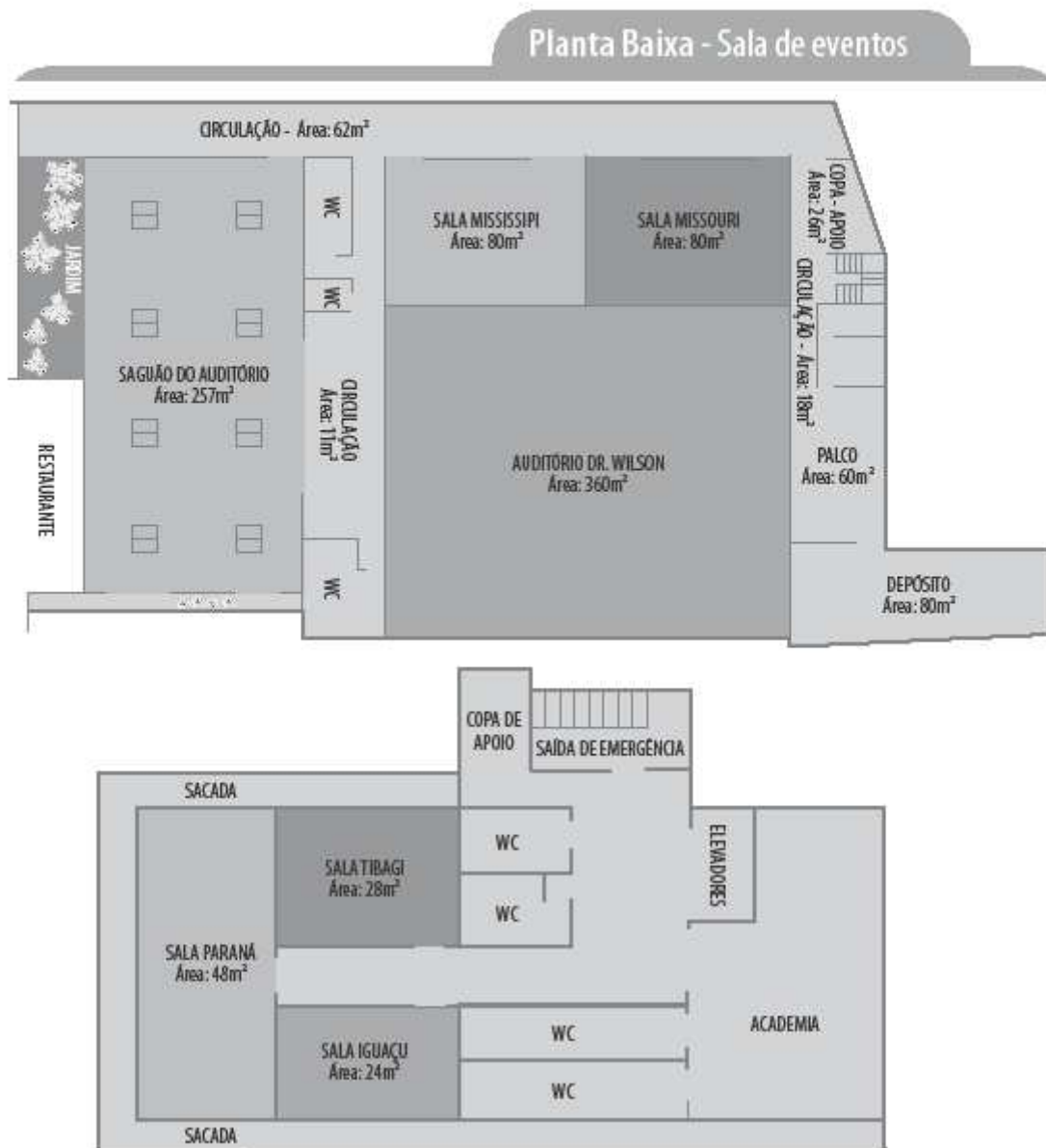


FOTO 21. Fonte: Slaviero Executive Ponta Grossa.

- Centro de Convenções Shopping Palladium

O salão tem capacidade para 3.000 pessoas em auditório, com 1.000 cadeiras de plástico. Pode ser realizado qualquer tipo de evento, sem restrições, como por exemplo feiras tecnológicas, feira de animais, desfiles, formaturas, bailes, congressos, entre outros. Os equipamentos de iluminação, multimídia e som são terceirizados, dispondo apenas de um palco modulado e divisórias móveis.

A área do espaço é de 1.300m², havendo estrutura para intervalo/café ou lanche no hall de entrada, de área 75x150m. Não possui funcionário de portaria.

A acústica do local é prejudicada devido ao material utilizado no telhado, que não possui forro. Há dois vestiários com dois sanitários (camarins) e uma copa com fogão e pia.

É utilizado o estacionamento do próprio shopping durante os eventos. Caso o evento utilize a capacidade máxima do salão se faz necessário utilizar os banheiros sociais do shopping. São sete femininos e sete masculinos.

O acesso ao centro de convenções se dá por dois elevadores ou escadaria.

Localização: Rua Ermelino de Leão, número 703. Centro. CEP 84035-000.

Telefone: (0xx42) 3219-3550. Fax: (0xx42) 3224-3000 ramal 212.

Site: <http://www.shoppingpalladium.com.br/pg>

4.1.3 Centro de eventos:

O Centro de Eventos Cidade de Ponta Grossa possui de área total 605.00m², sendo 243.00m² de área construída. Abriga, em sua totalidade, 30.000 pessoas; e 5.000 no Pavilhão. O local não dispõe de equipamentos, sendo todos de responsabilidade do locatário. Por isso a reserva do local deve ser feita com no mínimo dois dias de antecedência, uma vez que o Centro de Eventos não executa a montagem dos mesmos.

Possui funcionários fixos e a estrutura utilizada para intervalos/café ou lanche é o próprio restaurante local. Dispõe de estacionamento tendo este a capacidade para 5.000 carros, 200 ônibus e 200 motos.

Seguem-se as principais medidas do Centro de Eventos Ponta Grossa:

Pavilhão: 4.200m²

Restaurante: 625m²

Restaurante de serviço: 650m² e 350m²

Área para camping: 160m²

Unidade de saúde: 180m²

Há ainda 12 catracas, 20 bilheterias, 23 camarotes no Pavilhão, 140 banheiros, 32 barraquinhas na praça de alimentação, 12 barraquinhas de locais de apoio e 32 casinhas de ticket.

Podem ser realizados diversos tipos de eventos no local, desde feiras e desfiles até shows de grande porte. É neste espaço que se realizam a EFAPI e München Fest.

Segundo a Prefeitura, este ano o Centro de Eventos passará por uma revisão antecedente a festa München Fest, visando a melhoria das condições local.

Localização: Avenida General Aldo Bonde, s/nº. Vila Margarida.

CEP 84060-170. Telefone: (0xx42) 3901-1547.

Site: <http://www.pontagrossa.pr.gov.br>

4.1.4 Clubes:

- Associação Recreativa Homens do Trabalho (ARHT)

A ARHT dispõe de um salão social, com 500 cadeiras e 100 mesas. O espaço não possui equipamentos, sendo estes todos terceirizados, de responsabilidade do locatário.

O salão abriga 800 pessoas, em 750m² de área. Possui funcionário de portaria, mas não há estrutura para intervalo/café ou lanche.

Podem ser realizados casamentos, aniversários, bailes, palestras, convenções, entre outros.

A condição do espaço é boa, sendo este bastante utilizado para feiras, bailes e festas de formatura por possuir estacionamento próprio, ao lado do salão.

Localização: Rua Maquinista Eleodoro Jacinto, número 65. Oficinas.
CEP 84045-170. Telefone: (0xx42) 3229-2513. Site: <http://www.arht.com.br>

- Clube Ponta-Lagoa

O salão social sede campestre tem capacidade para 350 a 400 pessoas, no caso de um jantar, e 800 para formaturas. Possui 400 cadeiras e 50 mesas. Podem ser realizados bailes, aniversários e festas em geral. Os equipamentos de iluminação, multimídia e som são terceirizados, ou seja, é de responsabilidade do locatário.

O espaço dispõe de mesas de seis lugares e cadeiras antigas, que requerem capa. Possui cozinha.

O aluguel se dá mediante ofício para aprovação em reunião, podendo ser efetuado para sócios e não sócios, com valores diversificados, e podendo ser

negociado. Inclui limpeza pré e pós evento, mesas com cadeiras. O serviço de porteiro é terceirizado.

O salão principal da sede urbana, contando com mezanino, tem capacidade aproximada para 650 a 700 pessoas. Possui 535 cadeiras e 50 mesas. Podem ser realizados jantares, formaturas, palestras, encontros, seminários, convenções de empresas e clubes de serviço, entre outros. Os equipamentos desta sede também são terceirizados.

O espaço está em boas condições, com piano de cauda no saguão. O aluguel também se dá mediante ofício com aprovação da diretoria para concretizar a reserva.

Há no clube a Boatinha Ponta by Night, com capacidade para 180 pessoas e o Barzinho para 40 pessoas.

Localização salão social sede campestre Clube Ponta-Lagoa: Avenida Presidente Kennedy, s/n°KM 0. Vendrami. CEP 84010- 680.

Telefone: (0xx42) 3229-3277. Site: <http://www.clubepontalagoa.com.br>

E-mail: mara@clubepontalagoa.com.br e secretaria@clubepontalagoa.com.br

Localização salão social sede urbana Clube Ponta-Lagoa: Praça Marechal Floriano Peixoto, número 116. CEP 84010-680. Telefone: (0xx42) 3027-1195.

- Clube Ponta-Lagoa:



FOTO 22. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.



FOTO 23. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.



FOTO 24. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.



FOTO 25. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.



FOTO 26. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.



FOTO 27. Fonte: Clube Ponta-Lagoa.

- Clube Princesa dos Campos

O clube possui dois salões, podendo abrigar de 300 a 1.000 pessoas, dispondo de 1.000 cadeiras e 300 mesas. Podem ser realizados bailes, jantares, palestras, congressos, entre outros. Os equipamentos de iluminação, multimídia e som são terceirizados.

As áreas dos espaços são de 414m² e 782m². Ambos apresentam estrutura para intervalo/café ou lanche. Possui funcionário de portaria apenas na entrada do clube.

Os salões são apenas locados, para sócios e não sócios com valores variados e mediante aprovação da diretoria.

Localização: Rua Coronel Dulcídio, número 901. Centro. CEP 84010-280.

Telefone: (0xx42) 3224-4584. Site: <http://www.clubeverde.com.br>

E-mail: verde@clubeverde.com.br e secretaria@clubeverde.com.br

- Clube Sírio-Libanês

O clube possui um salão com palco e restaurante de comida árabe. Capacidade para 800 pessoas no caso de bailes e 400 no caso de jantares. Possui 360 cadeiras, 50 mesas com 6 lugares e 10 mesas com 8 lugares. Podem ser realizados eventos como aniversários, casamentos, formaturas, bailes dançantes, festas jovens, jantares, etc. Os equipamentos de iluminação, multimídia e som são terceirizados.

A área do espaço é de 500m². Apresenta estrutura para intervalo/café ou lanche no restaurante local. Não possui funcionário de portaria, apenas secretária.

Espaço apenas locado, com valores diversificados.

Localização: Rua Frei Caneca, número 395. Centro. CEP 84010-060.

Telefone: (0xx42) 3224-4633.

- Guarani Esporte Clube

O clube possui um salão social com palco, dispendo de 240 cadeiras e 40 mesas. Os equipamentos são terceirizados.

O espaço abriga 240 pessoas, num ambiente com cadeiras, mesas e pista para dança. Há quatro funcionários de portaria, na entrada do clube.

Não possui estrutura para intervalo/café ou lanche dentro do salão, mas normalmente utiliza-se o restaurante do clube para estes serviços caso o cliente deseje.

Podem ser realizadas festas em geral, palestras, entre outros.

O espaço é locado, para sócios e não sócios, com valores variados.

Localização: Rua Joaquim de Paula Xavier, s/nº. Vila Estrela. CEP 84050-000.

Telefone: (0xx42) 3224-1482. Site: <http://www.guaraniesportecolube.com.br>

E-mail: guarani.pg@hotmail.com

4.1.5 Teatros:

- Cine-Teatro Opera

O Cine-Teatro Opera pertence ao município e está sob responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, dispondo de três auditórios: A, B e C.

O auditório principal A possui 700 lugares, auditório B 141 lugares e auditório C com 96 lugares. Atualmente só o espaço A disponibiliza equipamentos de iluminação, multimídia e som.

O auditório A conta com palco, de medidas 13 x 13m. x 7m. de altura, no qual podem ser realizadas apresentações culturais, teatrais, entre outros. É neste espaço que acontecem algumas das apresentações do FENATA e a disputa do FUC.

O auditório B também conta com palco, menor, de medidas 9 x 5m. x 3,5m. de altura.

O espaço C está temporariamente servindo de sede para a banda-escola Lyra dos Campos.

O local é somente locado, com taxas previstas em lei.

Localização: Rua XV de Novembro, número 468. Centro. CEP 84010-020.

Telefone: (0xx42) 3901-1610.

- Cine-Teatro PAX-UEPG

O Cine-Teatro PAX-UEPG possui 650 poltronas fixas, 40 cadeiras e 6 mesas. Dispõe de um equipamento de som, um de CD, seis microfones com cabo, seis microfones sem fio, dois multimídias, um retro-projetor, uma tela, um DVD e sistema de iluminação (refletores). Disponibiliza bandeiras nacional, estadual, municipal e suporte para bandeira da entidade contratante.

Abriga no total 900 pessoas, pois não possui no espaço as três últimas fileiras de poltronas fixas. De parede a parede conta com as medidas 60 x 40, mais o palco de 12 x 9m de altura.

Possui duas bilheterias na entrada, porém não há funcionário de portaria. Para intervalos conta com o hall de entrada do teatro, no entanto não existe estrutura para café ou lanche, uma vez que estes não são permitidos pelo estabelecimento.

Podem ser realizados espetáculos, fóruns, exposições, entre outros.

As condições gerais do espaço são razoáveis, contendo banheiros masculinos e femininos no hall de entrada, camarins e palco.

O espaço anteriormente utilizado como estacionamento pelos clientes agora encontra-se em reformas em virtude da construção de um Centro de Eventos da UEPG.

Localização: Rua Antônio Russo, número 28. Oficinas. CEP 84045-020.
Telefone: (0xx42) 3229-1906. Site: <http://www.uepg.br>

- Cine-Teatro PAX-UEPG:



FOTO 28. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 29. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 30. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 31. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 32. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 33. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.



FOTO 34. Fonte: Centro de Recursos Áudio-Visuais – CRAV – UEPG.

- Teatro Marista Pio XII

O Teatro Marista Pio XII tem capacidade para 750 pessoas, em poltronas fixas. Possui equipamento de som, CD, MD, fita, multimídia, retro-projetor, tela, televisão, DVD, vídeo-cassete, doze microfones com cabo e seis sem fio.

O espaço apresenta estrutura para intervalo/café ou lanche no hall superior de entrada e possui cozinha. Não possui funcionário de portaria no teatro, somente na entrada do colégio.

O saguão está equipado com sanitários, sofás, mesa de centro e poltronas. Possui ar-condicionado, boa iluminação e acústica.

Podem ser realizados eventos como formaturas, atividades culturais, congressos, seminários, convenções, entre outros.

Localização: Rua Rodrigues Alves, número 701. Jardim Carvalho.

CEP 84015-440. Telefone: (0xx42) 3224-0374. Fax: (0xx42) 3223-6177.

Site: <http://www.marista.org.br>

E-mail: pioxii@marista.org.br

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo encontra-se entre as principais atividades econômicas mundiais, cujo segmento tem como função expandir os destinos turísticos, os produtos, os serviços e afins gerados em diferentes regiões. Requer o planejamento dos espaços nos níveis da comunidade, em âmbito nacional e internacional. Nesse contexto, os eventos realizados em níveis locais e regionais são importantes por atrair pessoas e recursos para o município, em vez de se deslocarem para outras áreas. No entanto, o local ou a região receptora deve dispor de “espaços ideais” para receber esse público, o que efetivamente nem sempre ocorre, devido a falta de planejamento quando promovem as construções desses ambientes ou desses espaços.

Não obstante, a construção planejada de um ambiente transfere ao local uma solução ímpar, propiciando redução no desperdício de tempo e de recursos, prevê as necessidades e os problemas futuros, normalmente, não observados pelo olhar de uma pessoa comum. O planejamento antecipado otimiza soluções e espaços, ressignificando os ambientes, interesses e resultados dos processos.

O evento tem como característica básica propiciar uma ocasião diferenciada ao encontro de pessoas, com finalidade específicas para divulgar ou difundir certo produto ou serviço, direcionado à música, dança, cinema, literatura, poesia, gastronomia, exposição de quadros, artesanato, premiação, combinações culturais, históricas, artísticas ou educativas, constituindo, dessa forma, “uma ocasião”, “o objetivo do encontro” e “o tema principal do evento”, justificando, com isso, uma oportunidade de realização. O evento tem a capacidade de influenciar a imagem do local ou da região, no sentido de atrair pessoas através de uma programação dirigida e diferenciada, como foco no tema escolhido e nos objetivos do idealizador

da atividade.

Nesse contexto, há de se afirmar que o levantamento dos espaços disponíveis para a realização de eventos na cidade de Ponta Grossa, Estado do Paraná, Brasil, foi de fundamental importância para levantar dados e nesse processo conhecer quais, dentre os espaços investigados, realmente estão de acordo com o que propõe a revisão da literatura como sendo “ideal” para recepcionar determinado público em eventos de diversos gêneros. O objetivo de se conhecer os espaços foi no sentido de fornecer um diagnóstico panorâmico sobre a situação em que se encontram os estabelecimentos.

Na cidade de Ponta Grossa existe um número considerável de espaços para a realização de eventos, mas como referido, até o presente momento, nenhum destes espaços contempla o que a literatura compreende como sendo um “espaço considerado ideal”, ou seja, com infraestrutura que dispense ao organizador do evento realizar “verdadeiras manobras” até conseguir encontrar e instalar tudo o que precisa em termos de equipamentos para que o evento ocorra da melhor forma possível. Dessa forma, sempre que se busca organizar algum evento na cidade e que o local disponibilize desde equipamentos até estacionamento adequado, encontra uma série de obstáculos, ou, o evento pode até ocorrer, mas o espaço, por motivos diversos, não é considerado como um “espaço ideal”.

A conclusão deste estudo é realizada sob dois pontos de vistas diferentes e importantes. Primeiro, enfoca a existência de diferentes espaços no local, mas ainda, em partes, incompletos. Segundo, sugere uma proposta de construção de um Centro de Convenções para a cidade, no sentido de que esse espaço atenda e viabilize a realização de eventos, mas, principalmente, que proporcione ao

organizador maior tranquilidade no momento de locar o espaço, deixando de ser apenas um espaço “desejável”, para tornar-se um espaço “ideal”.

Sob o ponto de vista de alguns autores, para tornar-se um espaço completo ou adequado deve apresentar equipamentos incluindo iluminação, multimídia, equipamentos de som, microfone, que disponibilize cadeiras, mesas, uma construção segura e em boas condições de apresentação, com estrutura para intervalo, incluindo cozinha, banheiro, estacionamento, com capacidade de carga local, condições de espaço, ou seja, requisitos que propiciem aos organizadores do evento meios que favorecem o transporte, a colocação e exposição do produto, concentrando iniciativas e ideias que atraiam a atenção e interesse do público convidado, que o local seja de fácil acesso, seguro e livre de outras tarifas. Assim sendo, a definição de espaço para a realização desse tipo de atividade deve atender as necessidades e porte do evento.

No caso, se a cidade de Ponta Grossa até o momento não dispõe de nenhum centro de convenções independente que atenda as reais necessidades locais ou regionais³, disponibilizando apenas um Centro de Eventos que sob uma concepção simplista reúne requisito ideias para eventos, porém não integralmente, levando ao comprometimento e elevação dos custos de locação, conseqüentemente, com o repasse dos valores, repercute no aumento do valor do ingresso cobrado.

Diante da exposição dos motivos diversos sugere-se a construção de um Centro de Convenções que comporte diferentes capacidades, no sentido de atender as demandas e de respaldo em termos de reunir todos os componentes

³ A população de Ponta Grossa é composta por aproximadamente 300.000 pessoas, o Centro de Eventos existente na atualidade comporta em torno de 30.000 pessoas (10% da população local), incluindo o pátio para realização de shows, entre outros e o espaço interno comporta apenas 5.000 pessoas.

necessários, incluindo o kit multimídia, estrutura para intervalos, estacionamento, entre outros, levando, então, a cidade a dispor-se de estrutura que se adéque às reais necessidades do organizador do evento e assim possa captar mais eventos devido a ampla infraestrutura do local, o que permitirá maior retenção local de recursos oriundos de eventos e maior desenvolvimento econômico e social da cidade.

Ressalta-se ainda que o público, por desconhecer detalhes ou os aspectos mencionados não sente dificuldades quando frequenta aos eventos realizados na cidade, embora haja tais deficiências. Porém, os organizadores encontram uma série de dificuldades que obstaculizam a promoção frequente de eventos de porte ou mesmo mediano, devido aos problemas quanto ao organizar e reunir os elementos necessários para a concretização do evento, ou seja, de qualquer natureza, evento de moda, agropecuária, tecnológico, educacional, de produto ou serviço, político, entre outros, por onerar os valores pagos pelos organizadores, o contratante do espaço.

Alguns administradores dos espaços da cidade, mediante um protocolo sistemático e particular de administração criam sistemas de locação, ou seja, o organizador tanto pode alugar o espaço sem o kit multimídia, sem a estrutura para intervalo (para café ou lanche) ou, se agregando estes componentes, apresentam um diferencial no valor, tornando a locação mercadologizada, por não dispor de outras opções na cidade. Assim, o organizador do evento, o locatário, termina por aceitar e contratar esses espaços, embora incompletos ou “não ideais”, o que nem sempre favorece a contento esse tipo de cliente, que embora esporádico, é real e com condições de contratação em diversas outras ocasiões. Porém, um trabalho

planejado por parte dos responsáveis pode viabilizar meios mais propícios e completos para esse tipo de necessidade, agregando qualidade, tranquilidade e preço. Assim, a adoção de medidas que viabilizem soluções tal como a criação de um centro de convenções que atenda à essas demandas, não propriamente que venha substituir os espaços locais ou regionais existentes, mas que reúna equipamentos de iluminação, kit multimídia, som, estrutura para intervalo, estacionamento, entre outros, tornando-se mais uma alternativa de espaço para realização de eventos em Ponta Grossa, uma vez que a vocação para eventos no município está comprovada por meio da presente pesquisa.

Na verdade, existem alguns espaços na cidade que atendem os mesmos requisitos de estrutura, principalmente os centros de convenções dos hotéis, que reúnem muitos dos fatores necessários à organização e desenvolvimento de eventos, que poderiam ser considerados como “espaços ideais”, por compor praticamente todos os elementos necessários para o sucesso de um evento e tranquilidade do organizador que busca um espaço que acolha um grande público interessado no tema de seleção, porém, sempre apresentando pelo menos um dos itens levantados no questionário em deficiência. Assim, embora se tenha constatado que preencha a necessidade, não preenche de maneira completa os requisitos.

Foram aplicados 22 questionários onde, ilustrativamente, 13% dos espaços pesquisados o retorno das informações foi negado ou muito demorado. Houve desistência das respostas por parte da pesquisadora, culminando em não tabular os resultados e agregá-los junto ao estudo, impossibilitando, inclusive, conhecer integralmente os espaços existentes na cidade de Ponta Grossa.

A criação do Centro de Convenções requer investimentos dirigidos à área

oriundos da iniciativa privada, principalmente, devido a instabilidade nas políticas de gestão e conseqüente descuido na manutenção do espaço, tendo como objetivo proporcionar mais uma alternativa de espaço viável para a realização de eventos em diferentes portes e categorias. A proposta é recomendada no sentido de colaborar e facilitar ao organizador uma melhor escolha do local, especialmente, que o espaço agregue todos os componentes considerados necessários para compor um espaço “ideal” e também porque o trabalho permitiu conhecer cada espaço individualmente.

Ao se propor o planejamento e construção do estabelecimento para a cidade é importante frisar que este deve partir da iniciativa privada, pois grande maioria dos locais de propriedade do poder público são suscetíveis a intempéries, mudanças e abalos em função das trocas de gestão e do instável comando político.

A Universidade Estadual de Ponta Grossa desenvolveu um projeto que tem como finalidade construir um Centro de Eventos e no momento está sendo aplicado. O Centro será de propriedade da própria UEPG e, segundo informações obtidas junto aos órgãos informativos da universidade, contempla a construção de um espaço para eventos, com rigor e criatividade. No entanto, não foi possível saber informações em maiores detalhes, devido aos dados de projeto ainda não serem divulgados até o término deste trabalho, com finalização da construção prevista para 2012.

Ressalta-se ainda que o Centro de Convenções será construído em quatro fases e terá onze auditórios, com capacidade para entre 80 a 100 pessoas. “Será um espaço específico para a realização de eventos, destinado não apenas à comunidade universitária, mas à toda a sociedade local e regional”, enfatizou o reitor

João Carlos Gomes. Além dos auditórios, “haverá um saguão para que artistas regionais e estaduais possam expor seus trabalhos”, ressaltou.

Dessa forma, acreditamos que a presente pesquisa propiciou um conhecimento mais concreto sobre a estrutura logística da organização de eventos e por sua vez aponta alguns caminhos que podem contribuir para que estes eventos que ocorrem no município sejam de fato melhor otimizados.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, J. et al. **Organização e gestão de eventos**. Tradução de Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- ANDRADE, J. V. **Turismo – Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática S.A., 1999.
- BAHL, M. (Org.) **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.
- _____. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BANDUCCI JR. Álvaro (orgs). **Turismo e identidade**. Local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2000.
- BRITTO, J.; FONTES, N. D. **Estratégia para eventos**. Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.
- _____. **Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing**. São Paulo: Turismo em análise, 1997.
- CANTON, A. M. **Evento: da proposta ao planejamento**. São Paulo: Turismo em análise, 1997.
- CASSIMIRO FILHO, F. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. 2002. 240 f. Tese (Doutorado) – Curso de Economia Aplicada, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ). Universidade de São Paulo, Campinas, SP, 2002.
- COOPER, C. et. al. **Turismo, princípio e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DÓRIA, M. A. A. **Olivença uma Estância Hidromineral?** 2007. Ilhéus: Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia – Mestrado em Cultura e Turismo, Ilhéus, UESC/UFBA, 2007.
- EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DO TURISMO. **Manual de orientação para captação e promoção de eventos**. Brasília, 1995.
- FERREIRA, W. **Apostila de eventos no contexto da hospitalidade e turismo**. Universidade Anhembi Morumbi, 1997.

GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

INTROVINI, M. J. **Festa Nacional do Chopp Escuro – München Fest**: uma proposta de possível revitalização. 2005. Tese (Graduação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa.

MACHADO, A. **Ecoturismo: um produto viável**: a experiência do Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

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

MATHIESON, A.; WALL, G. **Tourism: economics, physical and social impacts**. Inglaterra: Longman Scientific & Technical, 1992.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole, 2001.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**: o que você precisa saber para criar, organizar e gerenciar eventos que promovem sua empresa e seus produtos. São Paulo: Editora STS, 1999.

MELO NETO, F. P. **Evento**: de ação, de entretenimento a agente de promoção do patrimônio histórico-cultural. In FUNARI, Pedro Paulo; Pinsky, Jaime (Org.) **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001. - Coleção Turismo Contexto.

_____. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2001.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **E-business para o Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

_____. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **Turismo Internacional**: uma perspectiva global. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

RIBEIRO, G. **O Festival Universitário da Canção FUC**: análise como um evento turístico ou cultural na cidade de Ponta Grossa – PR. 2009. Tese (Graduação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa.

RUSCHMANN, D. **Marketing turístico**: um enfoque promocional. 4 ed. Campinas: Papirus, 1999.

_____. **Turismo e planejamento sustentável**. São Paulo: Papirus, 1997.

SILVA, N. C. **Turismo de eventos**. Revista Turismo, Brasília, v. 3, p. 01-06. Maio 2003.

TEZUKA, T. N. **Políticas Públicas de Cultura e o Festival Nacional de Teatro – FENATA-PR: uma estratégia de fomento ao turismo local**. 2009. Tese (Graduação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Universidade Estadual de Ponta Grossa. Biblioteca Central Prof. Faris Michaelle. **Manual de normalização bibliográfica para trabalhos científicos**. Ponta Grossa: UEPG, 2005.

WAHAB, S. A. **Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estratégicos e operacionais do turismo internacional: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

FONTES DIGITAIS

BIUDES, A. **Excelência em atendimento**. 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/excelencia-em-atendimento/23819/>>

EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DO TURISMO. **Portal Brasileiro do Turismo**. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/site/br/home/index.php>>

FOGAÇA, E. **UEPG anuncia Centro de Convenções e Biblioteca**. 2009. Disponível em: <<http://edilsonfogaça.blogspot.com/2009/08/uepg-anuncia-centro-de-convencoes-e.html>>

FREITAS, I. **UEPG terá orçamento de R\$110 milhões**. Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/redeempresarial/nucleo/pontagrossa/News8446content64394.shtml>>

PONTA GROSSA CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Ponta Grossa Convention & Visitors Bureau**. Disponível em: <<http://www.pontagrossacvb.com.br>>

_____. **Visite Ponta Grossa**. Disponível em: <<http://www.visitepontagrossa.com.br>>

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **A cidade**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/acidade>>

_____. **Eventos**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/eventos>>

_____. **Turismo**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/turismo>>

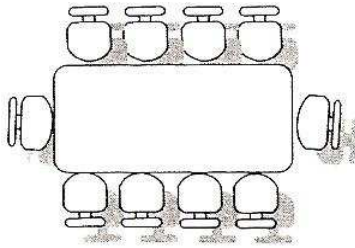
SOCIEDADE RURAL CAMPOS GERAIS. **História EFAPI**. Disponível em: <<http://www.ruralcamposgerais.com/efapi-historico>>

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA. **FENATA – Festival Nacional de Teatro**. Disponível em: <<http://www.uepgcultura.com.br/fenata/>>

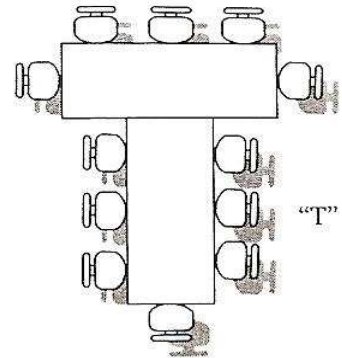
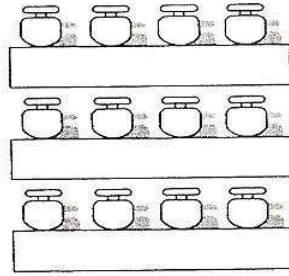
_____. **FUC – Festival Universitário da Canção**: breve histórico. Disponível em: <<http://www.uepgcultura.com.br/fuc/>>

ANEXO 01 – FORMATOS DE ORGANIZAÇÃO DE SALAS

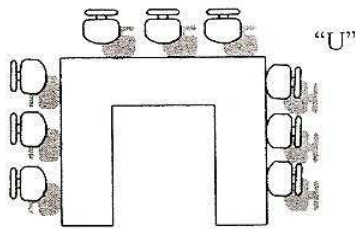
Reunião



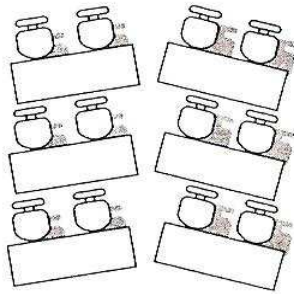
Escolar



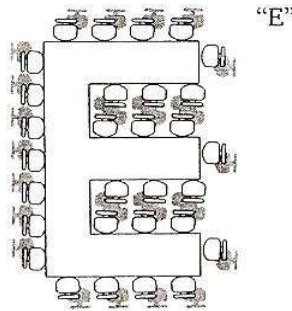
“T”



“U”

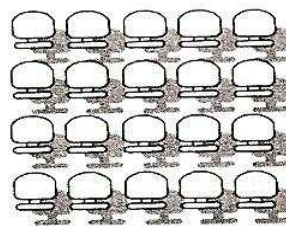
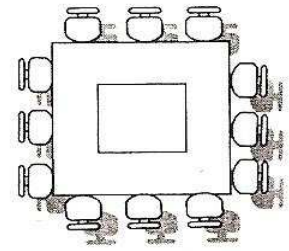


Espinha de Peixe



“E”

Quadrado



Auditório

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

ANEXO 02 – INFORMAÇÕES DAS SALAS E SERVIÇOS BARBUR PLAZA HOTEL



Ponta Grossa, xx de setembro de 2010.

Buscando atender vossa necessidade, estamos encaminhando-lhes a nossa proposta para realização do evento **NAS DATAS**

CENTRO DE CONVENÇÕES

DIMENSÕES APROXIMADAS

Espaços	Dimensões (m)	Pé Direito (m)	Metragem (m ²)	Tipo Piso
Sala 2	15,20 x 17,45	3,70	265	Carpet
Sala 4	7,10 x 6,50	3,00	46	Carpet
Sala 6	6,50 x 13,00	3,70	90	Carpet
Sala 8	6,50 x 13,00	3,70	90	Carpet
Sala 10	15,00 x 14,00	3,60	220	Piso cerâmico

CAPACIDADE IDEAL DOS SALÕES

Espaços	Auditório	"U"	Espinha de Peixe	Escolar	Banquete	Coquetel
Sala 2	400	80	140	140	160	280
Sala 4	30	20	20	20	--	--
Sala 6	90	32	40	40	--	--
Sala 8	90	32	40	40	--	--
Sala 10	200	45	50	60	150	200

Salas disponíveis

VALORES DE LOCAÇÃO de DIÁRIA

Espaços para eventos corporativos	Locação Diária sem Kit Multimídia incluso.	Locação Diária com Kit Multimídia incluso.
Sala 2	R\$ 900,00	R\$ 1.200,00
Sala 4	R\$ 200,00	R\$ 450,00
Sala 6	R\$ 400,00	R\$ 700,00
Sala 8	R\$ 400,00	R\$ 700,00
Sala 10	R\$ 900,00	R\$ 1.200,00

Itens Kit multimídia

Kit som
Microcomputador Completo
Microfone sem Fio
Projeter Multimídia
Tela de Projecção

ALIMENTOS & BEBIDAS

Coffee Breaks	Valor Unitário por pessoa Contratada
Opção A Um Tipo de Suco, Café, Leite, Chá, Petit Fours, Mini Sanduíches, Pão de Queijo, Bolachas, Torradas com Patê de frios.	R\$ 7,00
Opção B Dois Tipos de Sucos; Café; Leite; Chá; Petit Fours; Bolachas Salgadas e Doces; um tipo de Bolo; Pão de Queijo; Mini Sanduíches.	R\$ 9,00

Central de Reservas

E-mail: hotel@barbur.com.br - Fone / Fax: (42) 3027-1001

ANEXO 03 – QUESTIONÁRIO APLICADO NOS ESPAÇOS SELECIONADOS PARA
A PESQUISA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

Departamento de Turismo

Tese de Conclusão de Curso

Pesquisa: Levantamento de espaços para realização de eventos

Orientação: Prof. Ms. Carlos Alberto Maio

1. Denominação do local:.....
2. Endereço-Rua:.....
- Cidade:..... UF:..... CEP:.....
3. Telefone:..... Fax:..... Site:.....
- E-mail:.....
4. Tipo (auditório, salão, etc.):.....
5. Poltronas fixas (.....) cadeiras (.....) mesas (.....)
6. Equipamentos – Sim/Não, quantos?
Som (.....) CD (.....) MD (.....) Fita (.....) Microfone c/ cabo (.....) Microfone s/ fio (.....)
Multimídia (.....) Retro-projetor (.....) Tela (.....) TV – polegadas (.....)
DVD (.....) Vídeo-cassete (.....) Outros (.....)
7. Área/espaço:.....
8. Quantas pessoas abriga:.....
9. Funcionários de portaria:.....
10. Estrutura para intervalo/café ou lanche:.....
11. Estacionamento próprio:.....
12. Eventos que podem ser realizados:.....
.....
.....
13. Condições do espaço:.....
.....
.....
14. Nome da pessoa que forneceu as informações:.....