



# ENEPEX

ENCONTRO DE ENSINO,  
PESQUISA E EXTENSÃO

8° ENEPE UFGD • 5° EPEX UEMS

## **ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS E DE LAZER EM CAMPO GRANDE - MS: DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL LOCAL**

**Michelle Bento Costermani<sup>1</sup>; Djanires Lageano Neto de Jesus<sup>2</sup>**

UEMS-Curso de Turismo Unidade Universitária de Campo Grande - MS. R: dos Dentistas, 500 - Bairro Arnaldo Estevão de Figueiredo.

Bolsista PIBIC-UEMS (michellebc1982@gmail.com)<sup>1</sup>; Professor Doutor Orientador (netoms@uems.br)<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Esta Pesquisa de Iniciação Científica busca descrever e analisar o potencial turístico do município de Campo Grande – MS, principalmente na área de eventos, lazer e produção cultural. Por se tratar de uma atividade que necessita de infraestrutura adequada e de preparação educacional, cultural e de mobilidade, o turismo de eventos, lazer e cultura impacta diretamente diversos setores da economia, já que pressupõe investimentos, em áreas que são, muitas vezes, negligenciadas pelo Poder Público, de modo que essa atividade pode ser considerada de grande valia para a modernização e estruturação dos serviços públicos essenciais na região. Com base nos relatórios do perfil socioeconômico do município de Campo Grande – MS, (2002, 2003, 2004, 2005) é possível traçar um quadro sinótico em que se demonstra como essa modalidade de turismo tem potencial de geração de emprego e recursos financeiros para o município. Por se tratar de uma capital de médio porte, com espaços para a otimização da mobilidade urbana, uma estrutura de cultura, lazer e de negócio organizada, resta o investimento em áreas críticas como educação, hospitalidade e atendimento ao turista. Enfim, os resultados da pesquisa, aponta que, mesmo com o atual estágio de desenvolvimento, Campo Grande – MS oferece condições para o fomento do turismo de lazer e eventos, porém, acredita-se que essa capacidade para incrementar de forma eficaz aconteça nos próximos dez anos.

**Palavras-Chave:** Infraestrutura; Potencial; Levantamento.

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade turística é um segmento produtivo que mais vem crescendo no mundo. O Relatório Anual Preliminar 2011 da IATA (*International Air Transport Association*), contendo os dados de suas associadas referentes ao mercado doméstico de passageiros, indica que as empresas aéreas brasileiras tiveram um percentual de crescimento (7,27%) quase o dobro da média (3,7%) das congêneres, em dezembro de 2011 sobre dezembro de 2010.

Dados do PNT (Plano Nacional do Turismo) 2013-2016 estima ainda, que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. Estão incluídas como geradoras de empregos diretos as atividades relacionadas à hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transportes de passageiros, restaurante e lazer.

Segundo Marcelino (2002, p. 13):

Diferenças acentuadas quanto ao significado da palavra lazer podem ser observadas até mesmo nas conversas informais. Grande parte da população ainda associa o lazer às atividades recreativas, ou a eventos de massa, talvez pelo fato de que a palavra tenha sido largamente utilizada nas promoções de instituições com atuação dirigida ao grande público.

Pensar a atividade turística a partir do lazer, exclusivamente, implica em se ter uma visão limitadora de outras formas de atividades turísticas que se apresentam nas sociedades ocidentais, principalmente o turismo de eventos.

De acordo com Matias (2002, p. 02):

Os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na Antigüidade e que atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo nossos dias. Nessa trajetória, foram adquirindo características econômicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época.

Ora, todo acontecimento em que pessoas de diferentes meios se reúnem para uma integração com objetivos comuns podem ser classificados como evento. Essa assertiva casa-se com o conceito estabelecido por Gonçalves (2001, p. 20) que classifica: “O evento nasce da idéia, da capacidade humana de criar, de dar existência a algo, pinçando-o, muitas vezes do nada. Nasce da necessidade própria ou de outrem de congregar pessoas para partilhar emoções, conhecimentos, técnicas etc.”

Ou seja, é fruto de uma intencionalidade e de uma objetividade que tem aspectos, ou interesses múltiplos. Assim, se um evento voltado para negócios se desenvolvem em um

determinado local, não se restringe a esse local, mesmo porque há a necessidade de atividades correlatas e prestação de serviços que contribuem para o sucesso desse evento principal.

Ainda é possível nos adentrarmos mais no conceito de evento que resvala, ou adquire um viés filosófico, mas não deixa de estar ligado às áreas de negócios e atividades comerciais. Isso implica em dizer que o evento é uma continuidade com quebra de rotina de todos os laços que nos une às situações do cotidiano. O seu diferencial está na forma propositiva como essas situações se apresentam e como as rotinas referentes às essas situações são trocadas por outras, cujos raios de ação são maiores.

Independente do tipo de evento que se relaciona com a ampliação dos círculos familiares e formais das pessoas, há a necessidade de se criar um suporte de infraestrutura que facilite a realização desses eventos, ao mesmo tempo em que proporciona um momento de lazer, descanso e relaxamento. Aí se adentra no conceito de turismo de lazer segundo Marcelino (2002 p. 60),

Assim entre nós a concentração da riqueza e os baixos níveis de qualidade de vida levam o trabalhador a ocupar grande parte do seu chamado tempo livre com atividades necessárias à sua sobrevivência. Dentro desse quadro figuram as horas extras, os “bicos”, o transporte demorado e ineficiente, e até mesmo a venda de parte ou totalidade de suas férias.

No evento, segundo Zanella (2003), devido à sua complexidade, há a exigência de alta especialização técnica para o atendimento de demandas que serão apresentados. Isto quer dizer que, em um evento, ter apenas o local e as situações que levam a realização do evento é apenas parte de toda uma estrutura que faz desse fato uma realidade.

Deve-se pensar que, por traz de um evento, sem levar em conta sua natureza, há a exigência de reproduções de elementos da vida cotidiana a fim de que não se dê descontinuidade à vida. Esse raciocínio não se sustenta, já que o evento, e o deslocamento da pessoa por um território tem, em si, o pendão de modificar a visão que o indivíduo tem sobre o espaço e sobre as diferenças culturais e comportamentais das pessoas. Para Andrade (1999, p. 31):

Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração.

Isto é, rompem com a visão e o entendimento de que o evento seja uma extensão das relações cotidianas, mas não rompem com o conceito de que são paralelos e ligados entre si.

Pode-se perceber, todavia, que o turismo agregado ao evento, ou o turismo de evento, busca a valorização das “particularidades locais” de onde se realizam o evento e que é diferente daquele que a pessoa vive ou trabalha.

Dessa forma, tratar o turismo de evento como sendo um fim em si acaba por reduzir o conceito do evento e do turismo. Em suma, turismo de evento é toda atividade que se desenvolve em paralelo a um evento, independente de sua natureza (científico, ou técnico), como atividade de lazer e de complementaridade às atividades principais que buscam chamar a atenção para as particularidades locais de onde ocorre um evento.

Na execução da pesquisa e consolidação deste trabalho é possível dizer que os objetivos traçados no início da pesquisa foram plenamente alcançados, uma vez que deu para se fazer um retrato ampliado dos eventos que podem atrair turista de eventos e de negócios para a capital de Mato Grosso do Sul.

O que permite ao pesquisador fazer algumas ilações relativas ao fomento do turismo de eventos e de lazer, apontando que falhas estruturais, educacionais e de mobilidade são elementos impeditivos de uma dinâmica maior da exploração turística e maior desenvolvimento do setor de serviços na região central do Estado.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 TURISMO DE LAZER E EVENTOS**

Entende-se o turista de evento como o participante de qualquer evento que nas suas horas livres, busca complementar suas experiências pela visita de locais culturais, históricos, pontos de lazer, de curiosidade e de beleza natural, ou mesmo construída, preenchendo suas horas livres. Dessa forma, ao se estabelecer uma discussão sobre o turismo de evento e lazer, devem-se levar em conta essas atividades correlacionadas ao evento e que buscam o oferecimento de atividades paralelas àquelas que ocorrem em um evento principal, segundo Marcelino, 2002, p. 73:

Sem desconsiderar os aspectos econômicos, ligados à produtividade de um setor de prestação de serviços, as atividades de turismo, entendidas como manifestações culturais, configuram-se, fundamentalmente, ainda que de modo não exclusivo, como práticas de lazer. Esse entendimento significa que os interesses turísticos estão incluídos entre os conteúdos culturais do lazer.

As atividades de lazer representam importância na condição social do ser humano, pois refletem o entendimento do tempo relacionado ao ócio do trabalho. Assim, Marcelino (2002, p. 46) diz: “No entanto, além do descanso e do divertimento outra possibilidade ocorre no lazer e, normalmente, não é tão perceptível. Trata-se do desenvolvimento pessoal e social que o lazer enseja.”

A teoria deixa claro que o turismo de evento e lazer não está ligado apenas à realização do evento em si, mas traz para si atividades paralelas que movimentam um mercado muito grande, além de movimentar uma rede de serviços de atendimento ao turista, de modo que diversas atividades correlatas concorrem para que o turista se sinta bem.

Essa lógica elementar é fácil de ser entendida a partir das nossas próprias necessidades. Afinal, nós mesmos não necessitamos apenas de diversão, mas na diversão está embutida uma série de necessidades outras que são correlatas e que precisam ser satisfeitas para que o visitante se sinta bem e volte uma segunda vez à região.

Como já foi discutido neste texto, o evento é uma atividade de qualquer natureza que desloca pessoas de seu local de origem para outro local a fim de congregar pessoas em torno de um objetivo comum. No nicho de eventos é que o turismo de evento encontra seu espaço de atuação e de realização que busca a execução de sua atividade, ao mesmo tempo em que oferece novas experiências para o turista. Para Bahl (2004, p. 18):

Para efeitos de padronização de idéias, considerar-se-á que eventos é um acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas em um local e tempo determinados, congregando indivíduos com interesse e objetivos comuns, de mobilização da cadeia produtiva e de serviços públicos de uma localidade.

Desse modo, se analisarmos sobre o turismo de eventos verá que ele está relacionado diretamente ao evento em si. É uma atividade paralela, ou seja, não existe uma obrigatoriedade entre o evento e a realização dessa forma de turismo, haja vista o foco de interesse ser diferente dentro de uma mesma ambiência.

De acordo com a EMBRATUR<sup>1</sup> as empresas do setor de turismo registraram aumento no faturamento médio de 18,3% em 2011. Cerca de 87% dos empresários esperam expansão dos negócios em 2012. Ou seja, é um mercado que, segundo a própria autarquia está operando apenas com a capacidade mediana, já que a previsão de crescimento tende a ser 4,2% maior do que vem sendo apresentado.

---

<sup>1</sup> Instituto Brasileiro de Turismo

Isto significa que o turismo de eventos, ainda é, em termos de Brasil responsável por grande parte da movimentação do turismo, ou seja, mesmo sendo explorado aquém de sua capacidade máxima, há pouca diversificação e poucas oportunidades de exploração do turismo em eventos, apesar dessa forma de reunião estar se tornando cada vez mais frequente no país.

Há um ganho não somente conceitual, de divulgação dos aspectos turísticos de uma região, mas também há ganhos financeiros e de serviços que envolvem, não somente empresas que exploram esse nicho comercial, mas também o Poder Público e a população em geral. De modo geral, o turismo de evento serve como um propulsor que coloca em movimento diversas partes da economia de uma localidade através da apresentação de suas potencialidades ao visitante de outra região.

Apesar do potencial do turismo de evento ser grande no Brasil, e sua capacidade estar sendo subutilizada, a expansão dessa atividade esbarra na carência de infraestruturas das cidades brasileiras. Mesmo os maiores centros urbanos apresentam problemas que envolvem a mobilidade, o saneamento, a barreira da língua e os suportes técnicos que visam ao atendimento do turista. Matias, (2002, p. 15) diz: “Como podemos verificar, o turismo de Eventos, para se desenvolver, não necessita somente de espaços que possibilitem a realização dos eventos, mas também de meios de hospedagem e transportes, que são a base de sustentação da atividade turística.”

E aqui cabe um parêntese a respeito do atendimento ao turista e que envolve o relacionamento entre o visitante em potencial e o natural da localidade geográfica. Os autores Oliveira e Januário (2007), em uma análise crua apontam à necessidade de se trabalhar a população local para receber bem o turista, saber prestar informações exatas, atender e receber com educação e civilidade, além de proteger e preservar os locais que podem servir como local de atividade turística.

## **2.2 O TURISMO DE LAZER E EVENTOS EM CAMPO GRANDE-MS**

O município de Campo Grande está localizado na zona central do estado de Mato Grosso do Sul e possui uma área de 8.092,95 Km<sup>2</sup>. A população da área urbana corresponde a 832,352 habitantes com uma densidade demográfica urbana de 97,2 habitantes por Km<sup>2</sup>, ocupando 2,27% da área total do estado.

Ao contrário do que o senso comum imagina, Campo Grande não foi fundado no dia 26 de agosto. Os registros do arquivo Público Municipal de Campo Grande – ARCA –

revelam que a chegada do fundador José Antônio Pereira se dá em 1875, com um segundo retorno em 1977 e uma terceira viagem em 1883. A data de 26 de agosto foi escolhida, porque foi nesse dia que Campo Grande foi desmembrada da Comarca de Nioaque e elevada à categoria de Município, por Lei estadual datada de 26/08/1899.

Nos últimos dez anos, de acordo com Relatório de Perfil Socioeconômico do Município de Campo Grande (2012), a cidade vem atraindo cada vez mais eventos empresariais, culturais, técnicos e de diversidade. A infraestrutura urbana da cidade para a recepção de eventos tem contribuído de forma positiva para a inserção do município nesse circuito.

Campo Grande é uma metrópole urbana de médio porte com forte presença da agropecuária na composição econômica, entretanto, cada vez mais a cidade vem atraindo eventos de médio porte que atraem um público variado. Dentre os principais eventos, foram escolhidos os três abaixo onde cada um deles tem uma tipologia, social, científico e lazer.

### **2.2.1 Eventos analisados na pesquisa de campo**

A pesquisa aplicada por meio de questionários de natureza quali-quantitativa foi realizada no município de Campo Grande no ano de 2014, considerando entre suas características, três modalidades distintas de eventos, inseridos no Calendário de Eventos da Capital, sendo um expositivo na área de agronegócios; o segundo de caráter científico na área de Enfermagem; e o terceiro um evento coloquial social no segmento de arte e teatro. O universo pesquisado foi dividido da seguinte forma: no primeiro evento foram aplicados em três dias distintos 100 questionários (considerando 3.000 participantes segundo a Organização Geral do Evento nesses três dias de evento); já no segundo evento foram aplicados 28 questionários (considerando os 140 inscritos segundo a Organização do Evento); finalizando com o terceiro evento com 20 questionários (considerando que no dia de aplicação do instrumento havia 100 pessoas participantes). Os resultados bem como a análise e discussão dos resultados seguem abaixo:

**a) Feira agropecuária 76º Expogrande** - O evento, está em sua 76ª edição e é organizado pela Acrissul (Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul), foi realizado entre os dias 24 de abril a 4 de maio, no Parque de Exposições Laucídio Coelho, em Campo Grande (MS).

Durante a exposição foram realizados 40 leilões, com mais de 20 mil animais, além de shows, palestras de todos os segmentos e apresentação de novas tecnologias para a pecuária. Além disso, o evento contou com uma novidade o “Dia de Campo”, que aconteceu na Fazenda Baía Grande, em Rio Verde de Mato Grosso.

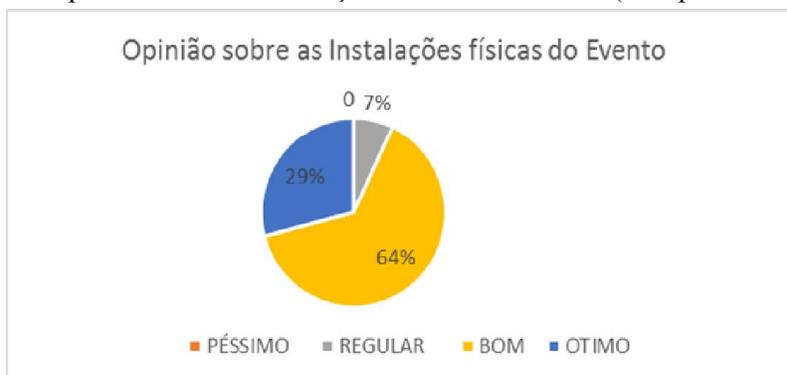
**Figura 1:** Opinião sobre as atrações culturais e lazer do evento. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Abril- Maio/2014)

No que diz respeito à atrações culturais e de lazer do evento nota-se que a maioria ficou satisfeito avaliando como ótimo as atrações. O evento contou com varias atrações nacionais e também regionais para abrilhantar o evento satisfazendo o público presente.

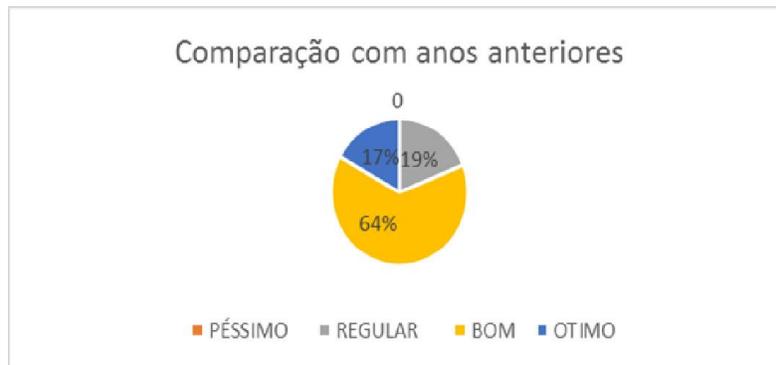
**Figura 2:** Opinião sobre as Instalações físicas do evento. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Abril- Maio/2014)

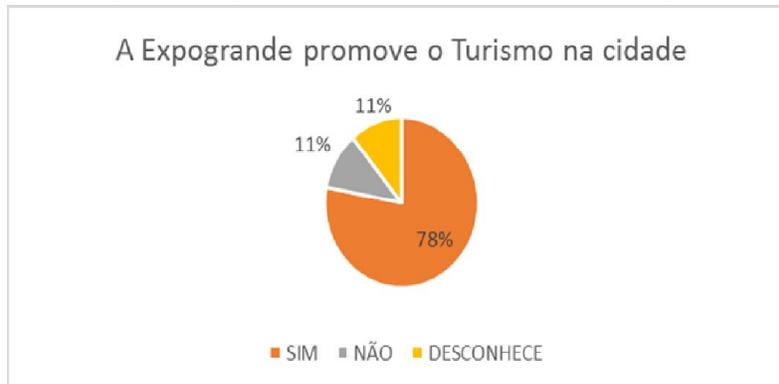
Com relação as instalações físicas percebe-se no gráfico 3 que o local é de grande aceitação do público participante, uma pequena parcela acredita que o local não de acordo com as necessidades do público.

**Figura 3:** Comparação com anos anteriores. (Campo Grande, 2014)



Comparado com edições anteriores, temos um público satisfeito com o evento deste ano que somando temos 81% dos entrevistados satisfeitos.

**Figura 4:** A Expogrande promove o Turismo na cidade (Campo Grande, 2014)



Uma das questões aplicadas no evento trata se a Expogrande promove o turismo na cidade, 11% desconhecem o assunto, mas a sua grande maioria acredita que promove sim, trazendo pessoas de outros municípios que vem a cidade somente para participar do evento e acabam permanecendo na cidade.

**Figura 5:** Avaliação sobre a Organização Geral do Evento. (Campo Grande,2014)



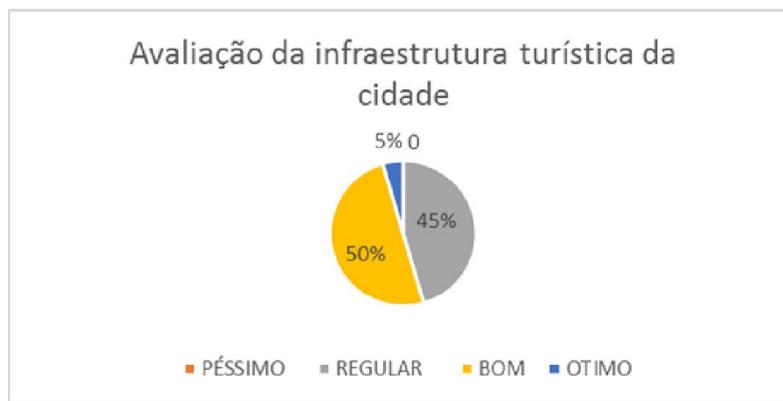
Analisando os questionários verificamos a satisfação do público, o percentual diferencia muito pouco entre bom e ótimo, as demais opções não foram pontuadas. O evento agradou ao público presente principalmente nos dias de shows nacionais, atraindo um maior público.

**b) 4º SENABS - Seminário Nacional de Diretrizes de Enfermagem na Atenção Básica em Saúde**, o evento aconteceu entre os dias 27 a 30 de abril de 2014 na Faculdade UNIGRAN Capital, localizada na Rua Abrão Júlio Rahe, 325, Bairro Monte Castelo, Campo Grande – MS.

Este evento é uma oportunidade para os profissionais da enfermagem e outros profissionais de saúde e de áreas afins se atualizarem, refletirem sobre velhas práticas profissionais, e, dialeticamente, instituírem novas e melhores práticas. É preciso socializar os novos conhecimentos científicos gerados, promover intercâmbio de experiências e avançar na qualidade do atendimento aos usuários dos serviços de saúde, contribuindo para o cumprimento dos princípios da integralidade e equidade.

Cumprir esses princípios nos levará a repensar no processo de trabalho na área da saúde que deve ser orientado para a inclusão de novas práticas entre os profissionais de saúde, gestores e equipes interdisciplinares e multiprofissionais. Para isso, é necessária a construção de novos saberes, criar canais de interlocução com a população e ampliar a participação popular conforme relata o histórico no site do evento.

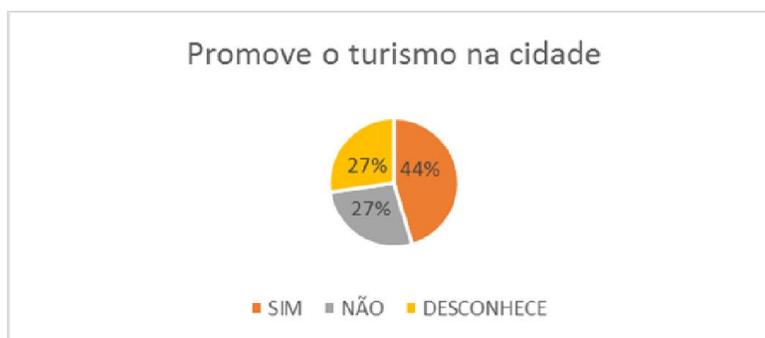
**Figura 6:** Avaliação da Infraestrutura turística da cidade. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

Quanto a infraestrutura turística da cidade a maioria avaliou como bom, mas podemos verificar que por pouca diferença não obtivemos outro resultado. Pelo fato de que os participantes só tiveram o horário da noite disponível e a maioria dos espaços que tem uma relação com o turismo encontra-se fechado neste horário.

**Figura 7:** O SENABS promove o turismo na cidade. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

A opinião dos entrevistados ficou bem dividida, vemos que uma parcela dos entrevistados desconhece quando se trata do turismo em Campo Grande.

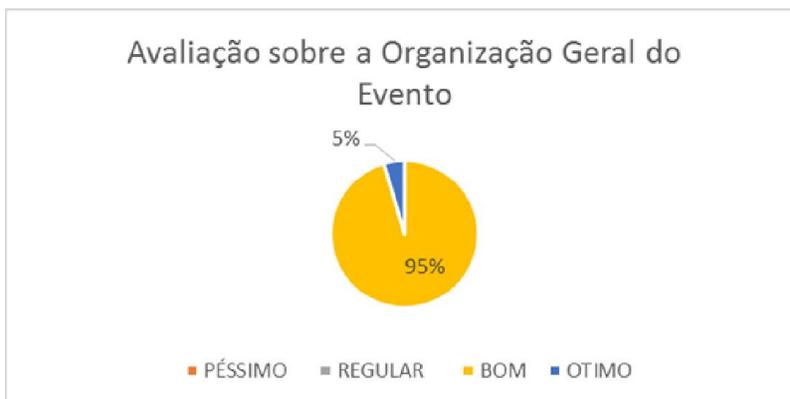
**Figura 8:** Sobre as Instalações culturais e de lazer do evento



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

As atrações culturais foram apresentadas na abertura do evento, e não foram todos que participaram por este motivo o gráfico apresentou como regular a sua maioria.

**Figura 9:** Avaliação sobre a Organização Geral do Evento. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

Referente a organização do evento, a análise foi de satisfação de todos os participantes.

c) **Festival de Teatro Brasileiro (FTB)** é um projeto de intercâmbio interestadual, singular no país, que seleciona espetáculos de diferentes segmentos da produção cênica de um determinado estado e os apresenta em outras unidades da federação. A realização do Festival baseia-se não somente na circulação de espetáculos, e sim em cinco eixos de trabalho, que são:

1. Ação de formação para alunos da rede pública de ensino;
2. Oficinas gratuitas de qualificação para profissionais de Artes Cênicas;
3. Apresentação de espetáculos para o público em geral;
4. Intercâmbio entre núcleos de graduação dos estados envolvidos;
5. Encontros informais entre grupos e profissionais do fazer teatral.

O projeto é também modelo da viabilidade da articulação entre as diferentes esferas da administração pública, envolvendo os governos federal, estaduais, municipais e a iniciativa privada.

Como foi dito pelos participantes, o povo campo-grandense não tem o hábito de ir ao teatro, isso foi comprovado no evento onde a maioria que estavam lá, tinha algo ligado com artes.

**Figura 10:** Sobre as atrações culturais e de lazer do evento. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Das pessoas entrevistadas nem todos responderam esta pergunta por eles estarem prestigiando a primeira peça, os outros que responderam já haviam assistido a outros espetáculos ou participado de alguma oficina e puderam avaliar como bom o evento conforme verificamos no gráfico acima.

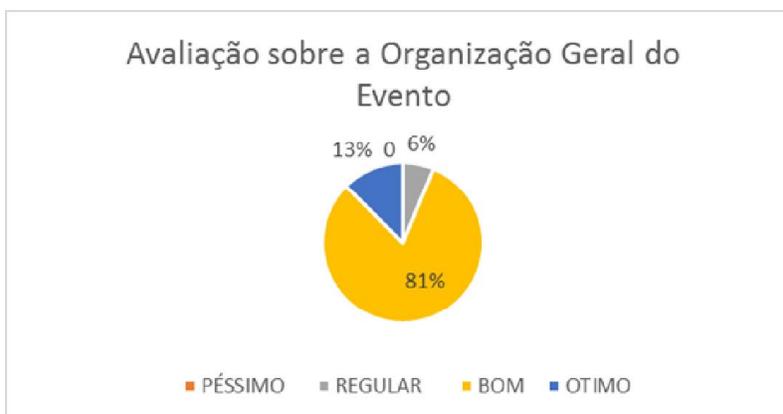
**Figura 11:** O Festival promove o turismo na cidade. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Segundo os entrevistados eles não concordam que o evento promova o turismo na cidade, é um evento voltado mais para o público do meio artístico, e para a cidade de Campo Grande.

**Figura 12:** Sobre a organização Geral do evento. (Campo Grande, 2014)



Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Os participantes das entrevistas avaliaram que a organização do evento foi boa, alguns disseram que estava tudo dentro do normal nada que saísse da normalidade.

### 2.2.2 Infraestrutura de Eventos (capacidade de ocupação dos espaços)

O relatório de Perfil Socioeconômico (2012) aponta a existência de centros de convenções, salas, auditórios e espaços que podem receber públicos de diversos tamanhos, segue abaixo tabela com descrição dos espaços. Considerando esse levantamento e o realizado em campo, por meio de visitas *in loco*, verificou-se o seguinte levantamento:

**Quadro 1** - Espaço para Eventos Dialogais (Auditórios)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
-------	----------	------------

Centro de Convenções Arquitecto Rubens Gil de Camillo	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes	4 auditórios = 1492 lugares
Centro de Convenções Günther Hans	Rua Lino Villachá, 1250 Bairro São Julião	220 lugares
Teatro Glauce Rocha	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Cidade Universitária Caixa Postal, 549	752 cadeiras numeradas, possibilidade de 28 cadeiras extras totalizando 780 lugares
Teatro Dom Bosco	Av. Mato Grosso, 421, Centro	700 lugares
Centro Cultural José Otavio Guizzo	Rua 26 de Agosto, 453	300 pessoas
Auditório Concha Acústica Helena Meirelles	R: Antônio Maria Coelho, 6000 - Parque das Nações Indígenas	1050 pessoas
Auditório do MARCO	R: Antônio Maria Coelho, 6000 - Parque das Nações Indígenas	105 pessoas
Auditório da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro	2 Auditórios = 350 pessoas
Auditório da UCDB	Av. Tamandaré, 6000 - Jardim Seminário	3 auditórios = 1.040 lugares
Auditório Anhaguera - unidade 1 - Almir Satter	Av. Fernando Correa Costa, 1800 - Dr. João Rosa Pires	390 lugares
Auditório Anhaguera unidade 2	BR 163, 3203 - Chácara das Mansões	120 lugares
Auditório Anhanguera – Matriz	Rua Ceará, 333 - Bairro Miguel Couto	192 lugares
Auditório da CDL	R: Antônio Correa, 417 - Monte Líbano	150 lugares
Auditório do SEBRAE	Av. Mato Grosso, 1661-Centro	190 pessoas
Auditório do SENAC	Rua Vinte e Seis de Agosto, 835 – Centro	169 lugares
Auditório do SESC	Rua Anhanduí, 200 – Centro	236 lugares
Auditório do SENAR	Rua Marcino dos Santos, 401 Bairro: Cachoeira II	193 pessoas
Auditório da Assembleia Legislativa	Palácio Guaicurus, Bl. 9 – Parque dos Poderes	200 pessoas

Auditório da Câmara Municipal de Campo Grande	R: Ricardo Brandão, 1600 – Jatiuka Park	2 Auditórios = 437 pessoas
Auditório FIEMS	Av. Afonso Pena, 1206 - Bairro Amambaí	180 lugares
SEST/SENAT	Rua Raul Pires Barbosa, 1784 Bairro: Chácara Cachoeira II	149 lugares
<b>TOTAL DE OCUPAÇÃO</b>		<b>8.643 lugares</b>

**Quadro 2** - Espaço para Eventos Expositivos/Demonstrativos (Pavilhões de Eventos e Salões)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Centro de Convenções Arquitecto Rubens Gil de Camillo	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes)	Salão de Exposição = 50 stands (1000 pessoas)
Centro de Exposição Albano Franco	Av. Mato Grosso, 5017 Carandá Bosque	30.000 pessoas em pé
Parque de Exposição Laucídio Coelho	Rua Américo Carlos da Costa, 320 – Jd. América	100.000 pessoas em pé
Auditório da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro.	Espaço para Exposição = 30 stands (500 pessoas)
Armazém Cultural	Av. Calógeras s/n -	1000 Pessoas
<b>TOTAL DE OCUPAÇÃO</b>		<b>132.500 pessoas</b>

**Quadro 3** - Espaço para Eventos Coloquiais Sociais e Entretenimento (Buffets, Teatros, Salões)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Centro de Convenções Arquitecto Rubens Gil de Camillo Auditório Manoel de Barros	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes	1 Auditório para Espetáculos = 1049 pessoas
Teatro Glauce Rocha	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Cidade Universitária Caixa Postal, 549	752 cadeiras numeradas, possibilidade de 28 cadeiras extras totalizando 780 lugares
Centro Cultural José Otavio Guizzo	Rua 26 de Agosto, 453	300 pessoas
Teatro Dom Bosco	Av. Mato Grosso, 421, Centro	700 lugares
Teatro do Prosa - SESC	Rua Anhanduí, 200 – Centro	236 lugares
Teatro da Mace	Rua 26 de Agosto, 63 - Centro	370 lugares
Golden Class	Av. Mato Grosso, 5046 – Carandá Bosque	1.800 pessoas
Ondara Executive	R. Dr. Mario Gonçalves, 129 - Chácara Cachoeira	500 pessoas
Ondara Master	R. Dr. Mario Gonçalves, 129 - Chácara Cachoeira	1000 pessoas
Ondara Palace	Rua Marzipan, nº 129, Chácara Cachoeira	3000 pessoas
Grand Mere Buffet	R. Pedro Martins, 184 - Caranda	850 pessoas

Clube Estoril	R. Amazonas, 3462 - Jardim Autonomista	4.500 pessoas
Clube Uniao dos Sargentos	Rua Terenos 481, Bairro Amambaí	4.000 pessoas
<b>TOTAL DE OCUPAÇÃO</b>		<b>19.085 pessoas</b>

**Quadro 4 - Espaço para Eventos Esportivos (Ginásios, Praças Esportivas)**

<b>LOCAL</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>CAPACIDADE</b>
Praça Esportiva Elias Gadia	R. Albert Sabin - Vila Taveirópolis	1000 pessoas
Praça Esportiva Belmar Fidalgo	Dom Aquino, 2536 - Centro	1000 pessoas
Estádio Morenão	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Cidade Universitária	40.000 pessoas
Ginásio Dom Bosco	R. 14 de Julho, 5506 - Centro	1000 pessoas
Ginásio Guanandizão	Rua do Touro, s/n Vila Inhanhá	8.000 pessoas
Ginásio Poliesportivo da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro.	Ginásio - 1000 pessoas
Ginásio da Auxiliadora	R. Pedro Celestino, 1980	1000 pessoas
Ginásio MACE	Rua Rui Barbosa esquina com Av. Fernando Corrêa da Costa - Centro	2.500 lugares
Ginásio Rádio Clube	Avenida Interlagos, 477 - Jardim Morumbi	5.000 lugares
<b>TOTAL DE OCUPAÇÃO</b>		<b>60.500 lugares</b>

Esses são alguns espaços que podem ser utilizados para eventos, e correlatos a esses eventos, há vários pontos turísticos, culturais e históricos dentro da cidade a serem explorados pelo turismo de evento e lazer voltado para esse público. O que falta é a massificação e informação desses espaços e maior incentivo para que esses eventos ocorram de forma contínua e efetiva. Os espaços de lazer em Campo Grande são diversificados, incluindo parques, praças e bosques. Além do mais pode-se fazer o roteiro arquitetônico que incluem as principais construções datadas do início do século XX. A pesquisa histórica sobre a quantidade de eventos que atraíram turistas teve como base os anos de 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013, mesmo assim com a consolidação parcial, uma vez que o relatório de atividades econômicas da Prefeitura Municipal de Campo Grande – MS não foi oficialmente divulgado.

**Quadro 5 – Principais eventos**

<b>Evento</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Exposição agropecuária	01	01	01	01	01
Feiras de negócios	03	02	04	04	01
Shows	12	11	12	15	08

Festivais de teatro	01	01	01	01	0
Carnaval	01	01	01	01	01
Festival de cinema	01	01	01	01	01
Passeio ciclístico	01	01	01	01	01
Torneios esportivos	04	05	04	03	04
Torneio automobilístico	01	01	01	01	01
Aberto de vôlei de praia	01	01	01	01	01
Campeonato de arrancadão	01	01	01	01	01

Fonte: PMCG (2014)

Esses principais eventos ocorridos em Campo Grande nos últimos cinco anos, demonstram que a capital tem um potencial grande para a atração do turismo de negócio e lazer. Os dados apresentados ainda mostram dados consolidados, de eventos localizados o seguinte quantitativo.

#### **Quadro 6 – Quantitativo de eventos**

ANO	QUANTITATIVO DE EVENTO
2009	430
2010	412
2011	463
2012	370
2013	260
<b>TOTAL NO QUINQUENIO</b>	<b>1935</b>

Fonte: PMCG (2014)

Os dados consolidados também demonstram que há um quantitativo relevante de eventos, sejam eles de abrangência nacional, estadual, ou mesmo local. Importa frisar que a maioria dos eventos patrocinados pelo poder público tem alcance localizado, envolvendo, principalmente escolas da rede estadual de ensino. Um dado importante nesse levantamento é que dois últimos anos há um decréscimo acentuado na organização dos eventos realizados em Campo Grande, fator esse que requer um levantamento para saber quais as fragilidades e ameaças que potencializam esse retrocesso. Acredita-se que parte dessa realidade se deve ao fator relacionado com a capacidade de ocupação da rede hoteleira associada a capacidade dos espaços para eventos que para o cenário local, a capital sul-mato-grossense, não comporta grandes eventos (acima de 5000 participantes).

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na execução deste trabalho final a principal dificuldade foi a obtenção de informações, uma vez que não há uma sistematização e centralização dessas informações como acontece nos grandes centros urbanos (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, entre outros), quando existe um calendário de eventos unificado, o que facilita tanto para o turista como também para o empresário turístico saber o que irá acontecer durante o ano na cidade. Em muitas cidades o Convention & Bureau consegue abarcar o máximo de informações relacionadas ao tema.

Além disso, a recente crise política no município, ocasionando a mudança da gestão municipal com a cassação do prefeito bem como de seus assessores, desorganizou o acesso às informações deixando a coleta de dados prejudicada. Outro fator de dificuldade foi a não informatização dessas informações, o que causou atraso entre a solicitação da informação e o seu recebimento, sendo que, se ela estivesse informatizada e disponível para consulta, a consolidação de dados e informações seria muito mais rápida.

O Arquivo Público Municipal (ARCA) também encontra-se com restrita informatização e com acesso restrito à pesquisa, sendo necessária a solicitação por escrito para se ter acesso a números e documentos com informações relevantes para a consolidação da pesquisa. Apesar disso, a organização dos dados coletados foi positiva, pois permitiu fazer um quadro amplificado dos eventos realizados no município que podem atrair turistas.

Ao término desta atividade de pesquisa pode-se concluir que o município de Campo Grande possui potencial turístico na área de eventos e lazer, entretanto, os gargalos de infraestrutura e educacionais ainda são fatores que pesam no desenvolvimento da região. Há evidentes carências em casos de mobilidade urbana no município, principalmente no transporte coletivo urbano, ou seja, esse transporte é deficitário e atende com dificuldade todas as regiões da cidade, além de não atender a população de maneira eficaz. As vias públicas apresentam gargalos de fluxo, congestionamento, sinalização deficitária e controle público mínimo.

No campo educacional foi possível perceber que o nível de escolarização das pessoas que trabalham diretamente com o turista de evento é baixo, sem domínio de uma língua estrangeira, ou mesmo fluência na Língua Portuguesa. Apesar disso, os dados consolidados pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano apresentam grande variedade de eventos realizados no período de 2009 a 2013 com potencial de atrair turistas de todas as partes do país. Necessita, porém, de maior divulgação, de maior infraestrutura e maior receptividade da população local.

Campo Grande ainda precisa ter uma articulação eficiente entre a sociedade civil, o setor empresarial, o terceiro setor e o setor público. Esse engajamento, nem sempre, acontece. Para EMBRATUR (2014) deve-se considerar que estratégias de planejamento turístico que neguem direitos e oportunidades às comunidades receptoras são destrutivas e ilegais. Além de provocar grandes diferenças socioeconômicas e culturais no local receptor, está deixando grande parte da comunidade local isolada e longe dos benefícios gerados pela atividade.

Na pesquisa de campo com a aplicação dos questionários, nas três modalidades de eventos, entre eles um dialogal científico, um sociocultural e outro expositivo, foi identificado o desconhecimento principalmente da população local sobre os efeitos do turismo na cidade e também de que o turista não recebe um rótulo para se diferenciar das demais pessoas, apesar que sempre existem aqueles trajados com roupas atípicas, portando um mapa local e uma máquina fotográfica na mão. Nesse sentido, é preciso informação geral na cidade, já que as populações receptoras necessitam compreender o lugar que habitam, identificando as potencialidades turísticas para utilizá-las em benefício próprio. Tais lugares devem ser, acima de tudo, respeitados para que práticas turísticas adequadas e não predatórias (ao meio-ambiente, ao território e às pessoas) venham a ser ali implantadas.

Todavia, convém não se achar que tudo deva ser, em nome da preservação, mantido estático e intocável. A experiência das comunidades receptoras com o turismo é muito variada, baseada num vasto espectro de formas, modalidades e habilidades. Em economias emergentes, o turismo é comumente usado e percebido como uma ferramenta das políticas de desenvolvimento, voltada, principalmente, a ampliação das possibilidades de emprego e renda. Assim sendo, é possível pontuar que a execução deste trabalho de pesquisa atingiu os objetivos inicialmente propostos de se conhecer o potencial do turismo de evento e lazer na capital e oferecer soluções para que esses eventos possam ocorrer com mais frequência e atrair mais visitantes.

#### **4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ANDRADE, R. B. Manual de eventos. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

BAHL, M. Turismo e Eventos. Curitiba: Prottexto, 2004

CAMPO GRANDE. Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2012. Prefeitura de Campo Grande/Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. 2012. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/egov/imti/perfil-pageflip/perfil-2012.html> Acesso em: 17 de maio de 2014, as 15h34.

CAMPO GRANDE. Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2009. Prefeitura de Campo Grande/Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. 2009.

\_\_\_\_\_. Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2010. Prefeitura de Campo Grande/Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. 2010.

\_\_\_\_\_. Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2011. Prefeitura de Campo Grande/Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. 2011

\_\_\_\_\_. Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2013. Prefeitura de Campo Grande/Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. 2013.

EMBRATUR – Disponível em:

[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20120820.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120820.html). Acesso em: 25 de maio de 2014, 0h12.

GONÇALVES, C. L. A. A organização de eventos com arte e profissionalismo. STS. São Paulo. 2001.

IATA (“*International Air Transport Association*”) Relatório Anual Preliminar 2011.

Disponível em: <http://www.snea.com.br/images/Estudos/Analise-Setorial-SNEA-Merc-Dom-Pax-4-T-2011.pdf>. Acesso em: 25 de maio de 2014, 23h12.

MARCELINO, N. C., - Estudos do Lazer: uma introdução 3º ed.- Campinas, SP: Autores Associados, 2002. – (Coleção educação física e esportes)

MATIAS, M. Organização de Eventos: Procedimentos e técnicas. 2º ed.: Editora Manole Ltda, São Paulo. SP. 2002.

OLIVEIRA, S. T.; JANUÁRIO, M. V. C. Os eventos como potencializadores do turismo regional: O festival de inverno Bahia. In: CULTUR: Revista de Cultura e turismo. Ano 01.

N.º 0. Out. 2007. Salvador. BA. 2007 Disponíveis em:

<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo5.pdf>. Acesso em 27 de maio de 2014, às 23h34.

PLANO NACIONAL DE TURISMO – Disponível em:

[http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/plano\\_nacional/ebook/index.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/ebook/index.html) . Acesso em: 25 de junho de 2014, às 19h40.

ZANELLA, J. C. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas, 2003.