Anais do Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão. Volume 1, Número 1. Recife: Faculdade Senac PE, 2007.

ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NA CAPTAÇÃO DE EVENTOS PARA A CIDADE DO RECIFE E REGIÃO METROPOLITANA: estudo de caso do Recife Convention & Visitors Bureau

Andréia Carvalho do Nascimento e Beatriz Maciel Soares de Souza.
Orientador Mauricio Barros de Oliveira Filho,
Faculdade Senac.andreiacnascimento@hotmail.com

Introdução

O Turismo de Eventos é um dos segmentos do Turismo de maior rentabilidade econômica, tanto para o setor turístico, quanto para a região receptora do evento. Verifica-se, portanto, sua importância na diminuição dos efeitos causados pela sazonalidade do Turismo de Lazer. Dentro deste contexto, torna-se relevante analisar esse setor e suas estratégias de captação de eventos para o Recife e a Região Metropolitana. Foram estudadas as estratégias capazes de atrair um evento a uma localidade, focando principalmente as utilizadas pelo Recife *Convention & Visitors Bureau* (RCVB). Para tanto, é abordado anteriormente o conceito do que seria o Turismo de Eventos, o seu surgimento e o dos *Conventions Bureaux* e a importância do *marketing* nesse processo. Após essas considerações, fica entendido porque a cidade do Recife e a Região Metropolitana são das maiores realizadoras de eventos no país. Constatou-se que as estratégias são ferramentas de marketing importantes para a captação, pois são através delas que a cidade é divulgada, tornando-a candidata para sediar tal evento. O Recife *Convention & Visitors Bureau* se utiliza destas para alcançar suas metas e se aperfeiçoam cada vez mais para manter a cidade do Recife entre as mais competitivas.

Referencial Teórico

De acordo com a pesquisa sobre o "I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil" – realizada pelo Fórum Brasileiro dos *Convention & Visitors Bureaux*, em parceria com o SEBRAE Nacional; editada, produzida e publicada pela Revista dos Eventos – foi possível quantificar a importância do setor para o turismo e para o desenvolvimento do país.

> O gasto médio dos turistas de eventos no Brasil, ou seja, participantes que viajam em função de um evento, é cerca de R$ 392,00. Sendo assim, um dos setores turísticos que mais gera renda para a cidade, no setor de

> hospedagem, alimentação e transportes entre aqueles em que os congressistas mais gastam. [1]

Esses dados demonstram a importância significativa do setor para o desenvolvimento econômico da Cidade. Cada vez mais, o Turismo de Eventos tem se destacado pelo fato de manter a ocupação de uma região por quase todo o ano, envolvendo assim diversos setores turístico, prestadores de serviços e todo o comércio de uma cidade.

O Turismo de Eventos cresceu significantemente no Estado de Pernambuco, tornando-se esse um dos principais destinos no *ranking* nacional, proporcionando o desenvolvimento da cidade através de empregos diretos e indiretos.

Metodologia

Devido ao crescimento de eventos realizados na cidade do Recife e Região Metropolitana, juntamente com o desenvolvimento econômico trazido por esse setor, sentiu-se um interesse em investigar as estratégias de captação de eventos do Recife *Convention Bureau* e a importância do Turismo de Eventos no segmento turístico, por meio de um estudo de caso.Uma vez que este tipo de pesquisa enfatiza o conhecimento particular de um determinado assunto, na medida em que possibilita compreender o objeto de estudo como uma unidade.

Para desenvolver esse trabalho, foram utilizados questionários, aplicados no RCVB, abordando todas as etapas das estratégias utilizadas na captação de eventos para a cidade do Recife e Região Metropolitana. As informações foram adquiridas através de duas entrevistas com pessoas do setor de captação de eventos no RCVB, em dias diferentes.

Estas informações se adicionam à análise de materiais de *Conventions Bureaux* de outras localidades, artigos divulgados, pesquisas bibliográficas. Além disso, foram consultados livros e periódicos no setor de eventos, no intuito de estar validando a importância desse trabalho.

Resultados

[1] **I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil**, realizada pelo Fórum Brasileiro dos *Convention & Visitors Bureau* em parceria com o Sebrae Nacional, e editada, produzida e publicada pela Revista dos Eventos.

A captação de eventos é, de certa forma, uma propaganda para a cidade. Através dela, a cidade ficará conhecida pelos turistas de eventos que podem um dia retornar a cidade como turistas de lazer. Por isso, as estratégias são importantes para nortear as ações de *marketing* que são aquelas as quais viabilizam qualquer produto.

Com isso, verifica-se a importância de divulgar essas estratégias utilizadas pelo Recife *Convention Bureau* e o potencial do setor Eventos para localidade.

Considerações Finais

Em resumo, observa-se a importância do mercado de eventos, e do turista desse setor que cresce a cada ano, proporcionando uma grande rentabilidade para a cidade, gerando empregos diretos e indiretos, servindo como marketing do local e em alguns casos sustentando a rede hoteleira.

As estratégias são ferramentas de marketing importantes para a captação, pois são através delas que a cidade é divulgada, tornando-a candidata para sediar tal evento. Nota-se então, a necessidade dos Convention & Visitors Bureau para cada localidade, visto que este ajudar a melhorar o discernimento das empresas de eventos do local, visa o aumento do fluxo turístico de visitantes para o local, captar eventos nacionais e internacionais, incrementa a economia do local, e ainda trabalhar com políticas de melhoria do atendimento da prestação de serviços.

Referências

BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo.** São Paulo: Aleph, 2002.

FBC&VB – Fórum Brasileiro dos Convention & Visitors Bureau/Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas/CTI. Consultoria Turística Integrada**. I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil.** São Paulo: Sebrae, 2001.

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

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