

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

MAYRA LUZ DE ARAUJO

A CONTRIBUIÇÃO DOS EVENTOS PARA A HOTELARIA DE PONTA GROSSA – PR

PONTA GROSSA

2016

MAYRA LUZ DE ARAUJO

A CONTRIBUIÇÃO DOS EVENTOS PARA A HOTELARIA DE PONTA GROSSA-PR

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do
título de Bacharel em Turismo
na Universidade Estadual de
Ponta Grossa, Setor de Ciências
Sociais Aplicadas.

Orientadora: Prof. Dra. Graziela
Scalise Horodyski

PONTA GROSSA

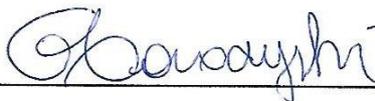
2016

MAYRA LUZ DE ARAUJO

A CONTRIBUIÇÃO DOS EVENTOS PARA A HOTELARIA DE PONTA GROSSA – PR

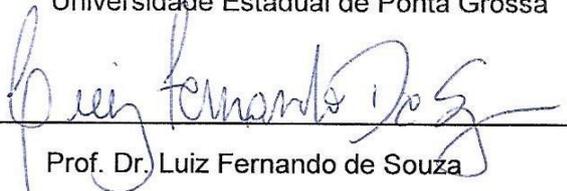
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 9 de Dezembro de 2016.



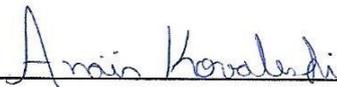
Profª. Drª. Graziela Scalise Horodyski

Universidade Estadual de Ponta Grossa



Prof. Dr. Luiz Fernando de Souza

Universidade Estadual de Ponta Grossa



Anaís Kovaleski

Universidade Federal do Paraná

Dedico esse trabalho a minha família, e as ausentes Bruna e Phamela que significaram tanto em minha vida e não tiveram a oportunidade de cursar uma universidade, pois Deus colhe as mais belas flores por primeiro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço de todo meu coração a Deus, que sabe todas as coisas e o momento certo em que devem acontecer, e por isso eu dou graças. Agradeço eternamente aos meus pais e irmãs, que sempre me incentivaram, me repreenderam quando necessário e não me deixaram desistir, e que me amam incondicionalmente, mesmo quando eu não mereço.

Agradeço aos mestres desta Instituição que com muito carinho e paciência nos transmitiram seus conhecimentos, e compartilharam sua sabedoria. Sempre com amor pelo Turismo e dedicação a essa tão bela profissão, a esses profissionais maravilhosos o meu muito obrigada. Espero um dia poder ser uma profissional que exerce sua função com tanta paixão como vocês.

Um obrigado especial as minhas amigas Ingrid, Juliana e Lívia. Indi obrigada por sua amizade, por estar comigo desde o começo, desde a época que essa cidade era tão triste e sem vida para mim, você me ajudou a superar tudo! Jú e Lí, obrigada por fazerem minha experiência acadêmica mais divertida, mesmo quando nem tudo eram flores, obrigada de coração, pois sem vocês não teria a menor graça, espero que nossa amizade dure por muitos anos.

RESUMO

O setor de eventos tem uma relação direta com o setor hoteleiro, pois permite que a hotelaria cresça tanto em ocupação como também em geração de lucros e incremento da atividade hoteleira. O presente trabalho tem como objetivo analisar a contribuição dos eventos no setor hoteleiro do destino Ponta Grossa PR, para que se conheça a importância que os eventos tem na cidade e se eles são capazes de gerar melhorias e contribuições para a hotelaria em Ponta Grossa PR. Para atingir tal objetivo foi necessário realizar uma pesquisa bibliográfica e pesquisa exploratória, para conceituar os eventos e a hotelaria e o estudo de casos previamente selecionados. Foram aplicados questionários em sete hotéis do destino Ponta Grossos que possuem locais para realização de eventos, dos quais todos participaram e contribuíram para a realização deste trabalho. Foram atingidos os objetivos da pesquisa visto que os principais resultados apontaram que o tipo de evento mais frequente nesses hotéis são eventos comerciais, ou seja, aqueles que buscam algum lucro, ou incremento em seus produtos e serviços e ainda oferecem treinamentos e cursos aos funcionários, além disso, verificou-se que período do ano em que mais ocorrem eventos correspondem aos meses de julho a setembro, também apontam que os eventos são capazes de contribuir financeiramente com a hotelaria. Assim pode-se caracterizar Ponta Grossa PR como um destino para o turismo de negócios e eventos.

Palavras – Chave: Eventos, Hotelaria, Ponta Grossa – PR.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Localização do Município de Ponta Grossa.....	21
FIGURA 2 – Tipos de Eventos Que Ocorrem Com Maior Frequência.....	26
FIGURA 3 – Períodos do Ano Com Maior Ocorrência de Eventos.....	27
FIGURA 4 – Possibilidade de Minimizar os Efeitos Negativos da Sazonalidade....	27
FIGURA 5 – Política de Preços Especiais.....	27
FIGURA 6 – Aumento da Ocupação de UH's.....	27
FIGURA 7 – Eventos Podem Fomentar o Turismo.....	28
FIGURA 8 – Aumento na Receita do Hotel.....	28
FIGURA 9 – Preparação Para a Crescente Demanda de Eventos.....	29/30
FIGUA 10 – Setores Beneficiados Com a Realização de Eventos.....	30
FIGURA 11 – Lucro Gerado Pelos Eventos.....	30

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Classificação da tipologia dos Eventos.....	16/18
QUADRO 2 – Hotel Planalto e Sua Capacidade Para Eventos.....	25
QUADRO 3 – Hotel Barbur Plaza e Sua Capacidade Para Eventos.....	25
QUADRO 4 – Hotel Village e Sua Capacidade Para Eventos.....	25/26
QUADRO 5 – Hotel Vila Velha e Sua Capacidade Para Eventos.....	26
QUADRO 6 – Hotel Slavieiro e Sua Capacidade Para Eventos.....	26
QUADRO 7 – Hotel Princess e Sua Capacidade Para Eventos.....	26
QUADRO 8 – Hotel Barbur Center e Sua Capacidade Para Eventos.....	27

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. Problema de Pesquisa.....	11
1.2. Objetivo Geral.....	11
1.2.1 Objetivos Específicos.....	11
1.3. Aspectos Metodológicos.....	11
2. TURISMO E EVENTOS	13
2.1. Tipologia dos Eventos.....	14
2.1.1. Classificação Por Categoria.....	14
2.1.2. Classificação por área de interesse.....	14
2.1.3. Classificação por localização.....	15
2.1.4. Classificação por características estruturais.....	15
2.1.5. Classificação por espacialidade.....	16
2.1.6. Classificação por tipologia.....	16
3. HOTELARIA	19
4. O SETOR DE EVENTOS NA HOTELARIA	21
5. CONTEXTUALIZANDO A CIDADE DE PONTA GROSSA	22
5.1. O Perfil da Hotelaria em Ponta Grossa.....	23
6. RESULTADOS	25
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	33
APÊNCICE A – QUESTIONÁRIO	35

INTRODUÇÃO

Ponta Grossa encerrou o ano de 2015 com meio milhão de reais em investimentos industriais segundo dados do jornal online ARede (2015), e por isso tem se tornado um importante polo industrial uma vez que grandes multinacionais tem investido na cidade. Isso aponta Ponta Grossa como uma cidade com influência econômica no estado do Paraná. (Portal ARede, 2015)

Nota-se que a hotelaria também tem se desenvolvido no município visto que, conforme dados do Jornal da Manhã, desde 2013 foram entregues quatro hotéis (finalizados e/ou projetos) sendo esse um investimento de sessenta e um milhões de reais nos últimos três anos em Ponta Grossa. Verifica-se então que a demanda se transforma, dando início a uma constante busca pela satisfação desses anseios, modificando e incrementando os serviços prestados pelos hotéis.

O presente trabalho pretende analisar a contribuição dos eventos na hotelaria no destino Ponta Grossa. A abordagem desse tema se dá em razão da necessidade do mercado buscar crescimento e melhorias para encantar clientes e assim contribuir para que Ponta Grossa ganhe notoriedade por meio da realização de eventos de cunho comerciais e de negócios tendo em vista a quantidade de indústrias e empresas multinacionais que aqui estão colocadas.

Esse trabalho está estruturado em cinco capítulos a partir desta introdução. Na sequência, no segundo capítulo estão apresentados conceitos a cerca dos eventos, sua tipologia e classificação. Posteriormente no terceiro capítulo salientou-se a hotelaria, suas definições, e funções perante o mercado que encontra-se em constante transformação, então é exposto uma contextualização da cidade de Ponta Grossa e o mercado interligado dos eventos e da hotelaria no município. Por fim são apresentados os resultados alcançados com esse estudo e as considerações que ponderam o conteúdo.

1.1. Problema de pesquisa

O problema de pesquisa é formado pelo seguinte questionamento: Como o setor de eventos contribui para a hotelaria em Ponta Grossa?

1.2. Objetivo Geral

Como objetivo geral pretende-se analisar a contribuição dos eventos no setor hoteleiro do destino Ponta Grossa PR

1.2.1 Objetivos Específicos

- a) Compreender de que forma os eventos agregam valor à hotelaria (ocupação e lucro);
- b) Realizar um levantamento da estrutura física dos espaços para eventos nos hotéis em Ponta Grossa;

1.3 Aspectos metodológicos

A metodologia para esta pesquisa, segundo Gil (1991), pode ser definida como:

- Pesquisa bibliográfica – é aquela “desenvolvida por meio de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 1991, p. 48);

Já para Dencker (1998) utilizaremos a seguinte técnica:

- Pesquisa Exploratória - são aqueles que “compreendem, além do levantamento das fontes secundárias, o estudo de casos selecionados e a observação informal.” (DENCKER, 1998, p. 128). Utilizando-se de questionário estruturado para análises de conteúdo.

Fazendo uso das técnicas e métodos apresentados, a estrutura de trabalho desta pesquisa será iniciada pela pesquisa bibliográfica que dará o embasamento teórico para o tema escolhido, seguindo para análise dos hotéis que estão dentro das características para o estudo, ou seja, empreendimentos hoteleiros que possuem espaços para eventos, e por fim a coleta e análise de dados, os quais serão obtidos com aplicação de questionário estruturado nos hotéis escolhidos, questionário este que se encontra em apêndice.

Primeiramente será realizado um detalhamento dos espaços para eventos nos hotéis e posteriormente aplicar o questionário semiestruturado para obtermos dados mais específicos que serão posteriormente analisados. Realizou-se inicialmente uma pesquisa bibliográfica para o referencial teórico do presente estudo, dando embasamento para a temática pretendida. Foi utilizado ainda o método da pesquisa

exploratória que consiste na observação informal de casos selecionados, e como instrumento para aplicação da presente pesquisa fez-se uso da aplicação de questionário estruturado para obtenção de dados mais específicos sobre o tema. Após levantamento no endereço eletrônico da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, dos hotéis no município que possuíam espaços para eventos e sua capacidade como visto acima, e com base no referencial teórico realizado previamente e pautado nos objetivos estabelecidos, formulou-se o questionário deste estudo. O questionário foi estruturado com nove perguntas objetivas e uma pergunta aberta. As perguntas objetivas trazem indagações referentes aos eventos que acontecem nas dependências do hotel, buscando esclarecer a contribuição que esses eventos proporcionam à hotelaria, de que forma esses eventos agregam valor ao hotel e de que maneira essa contribuição atribuída aos eventos ocorre.

O questionário foi realizado em aproximadamente trinta dias, visto que dois empreendimentos solicitaram o encaminhamento do questionário vira e-mail e por isso demorou alguns dias para a obtenção de alguns resultados. Nos demais hotéis participantes a pesquisadora deslocou-se pessoalmente para aplicação do questionário embora em um dos casos não pôde acompanhar o preenchimento do mesmo.

2. TURISMO E EVENTOS

O setor de eventos é representativo no campo do turismo. Pode-se afirmar que os eventos são a soma de esforços profissionais para realização de um episódio, solenidade e/ou comemoração visando o sucesso e a satisfação das necessidades do cliente (ZANELLA, 2006; GIMENES, 2003; BRITTO E FONTES, 2002).

Segundo Zanella (2006, p.13) “evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc”. Com isso pode-se observar a abrangência de um evento, o qual se dá de diversas formas, tamanhos e com as mais variadas finalidades.

Ainda conforme Zanella, (2006), o evento normalmente é capaz de movimentar as emoções tanto dos participantes quanto dos organizadores, e para os que de alguma forma estarão envolvidos com as incumbências de um evento.

Jesus *apud* Gimenes (2003, p.159) diz que “o evento é um fato, acontecimento, uma reunião que desperta a atenção, podendo ser notícia, desde que seja bem planejado e organizado para sua realização”. Já segundo Britto e Fontes (2002, p.20), “o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público alvo.”.

Por isso Ansarah (1999, p.35) coloca o evento como sendo de fato um componente do turismo quando afirma que eventos são um segmento da atividade turística onde o turista é motivado principalmente pela participação em determinado acontecimento previamente programado.

O setor de eventos é tido então como uma segmentação do turismo caracterizado como “turismo de negócios” conforme define Andrade *apud* Ansarah (1999, p. 35) esse segmento é:

[...] o conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens ou serviço

Para Oliveira (2000, p.64) o turismo de eventos “é praticado por quem deseja participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns [...] ou para expor ou lançar novos artigos no mercado”.

Nesse parâmetro observa-se que como afirma Ansarah “As pessoas que viajam por motivos profissionais utilizam os equipamentos e serviços e, em seu tempo livre, usufruem das atrações como qualquer turista convencional” (ANSARAH, 1999, p. 35). Por isso, geram também viabilidade para se promover o turismo em todas as suas dimensões na cidade sede.

Como afirmam Brito e Fontes (2002), “[...] o processo advindo da promoção de eventos irá contribuir significativamente para a utilização dos equipamentos e serviços turísticos das regiões promotoras, bem como para a divulgação de seus diversos atrativos” (BRITO e FONTES, 2002, p.53). FAZER FECHAMENTO

2.1. Classificação dos Eventos

Os eventos são compostos por diferentes tipos de acontecimentos e para conseguirmos melhor entendimento de como são diversificados entre si, utilizaremos um esquema formulado por Britto e Fontes para organizar essas diferentes ideias que permeiam o universo dos eventos.

Conforme Britto e Fontes (2002) os eventos são classificados por: Categorias, Área de Interesse, Localização, Características Estruturais, Espacialidade e Tipologia. Vê-se a seguir no que consiste cada uma delas.

2.1.1 Classificação por categoria

- Institucional: com o intuito de firmar um conceito ou uma imagem;
- Promocional ou Mercadológico: visando promover produtos ou serviços;

2.1.2 Classificação por área de interesse

São aquelas que diferem pelas áreas de atuação em que são inseridas.

- Artística: quando está ligado com qualquer espécie de arte (música, pintura, dança, teatro, literatura, entre outros);
- Científica: refere-se aos variados campos da ciência;
- Cultural: abrange todos os aspectos da cultura de um povo, podendo ser regional, nacional ou internacional;

- Educativa: engloba aspectos da educação bem como técnicas de ensino e promove cursos na área;
- Cívica: quando está ligado a pátria e sua história;
- Política: refere-se a assuntos de interesse político, partidos políticos, associações e sindicatos;
- Governamental: abrange realizações do governo em qualquer esfera, nível e instância;
- Empresarial: enfoca aspectos das organizações, bem como resultados e novidades no mercado;
- Lazer: busca o entretenimento dos participantes;
- Social: visa a confraternização entre pessoas e comemorações importantes a sociedade como um todo;
- Desportiva: que se relacionam com os esportes que qualquer tipo;
- Religiosa: trata de interesses, assuntos e comemorações de cunho religioso;
- Beneficente: refere-se a eventos com âmbito social;
- Turística: busca promover produtos e serviços turísticos, divulgando o turismo local.

2.1.3. Classificação por localização

- Podem ser locais, distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais e por isso seu planejamento e organização são mais complexos.

2.1.4. Classificação por características estruturais

Podem ser classificados pelo porte:

- Pequeno: com até 200 participantes;
- Médio: aproximadamente entre 200 e 500 participantes;
- Grande: evento com 500 ou mais participantes.

Podem ser classificados pela data:

- Fixo: evento que possui data de realização invariável (solenidades de 07 de Setembro, por exemplo)

- Móvel: evento que sempre acontece, porém com data que se alterna de ano para ano (o Carnaval é um exemplo)
- Esporádico: evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém são previstos e programados.

Podem ser classificados pelo perfil dos participantes:

- Geral: destinado ao público em geral;
- Dirigido: restrito ao público que possui afinidade com o tema;
- Específico: evento destinado para público bem definido.

2.1.5. Classificação por espacialidade

- Internos: eventos realizados em locais fechados ou semi-fechados
- Externos: eventos realizado “a céu aberto”, o qual deve possuir um planejamento mais cauteloso no que se refere a instalações físicas, infraestrutura de apoio móvel, entre outros.

2.1.6. Classificação por tipologia

(continua)

Programas de visitas	<i>Famtour</i> <i>Openday</i> <i>Daycamp</i>
Exposições	Feiras Exposições Roadshows Showcasing Mostras Salões Vernissages
Encontros técnicos e científicos	Congressos Conferências Videoconferências Ciclos de palestras Simpósios Mesas-redondas Painéis Fóruns

	<p>Convenções Seminários Debates Conclaves <i>Brainstormings</i> Semanas Jornadas Concentrações Entrevistas coletivas <i>Workshops</i> Oficinas Assembléias Estudos de caso</p>
Encontro de Convivência	<p>Confrarias Saraus <i>Pocket show</i> Coquetéis <i>Happy hours</i> Chás-da-tarde Chás-de-bebê</p>
	<p>Chás-beneficientes Chás-de-cozinha Chás-bar Almoços Jantares Banquetes Cafés da manhã <i>Brunchs</i> <i>Coffee-breaks</i> <i>Guest-coffee</i> Encontros Culturais Shows Festivais Comícios Passeatas Carreatas</p>
Cerimônias	<p>Cerimônias de cunho religioso Cerimônias fúnebres Casamentos Bodas Cerimônias de posse Cerimônias acadêmicas</p>

Eventos Competitivos	Concursos Gincanas Torneios Campeonatos Olimpíadas
Inaugurações	Espaços físicos Monumentos
Lançamentos	De pedra fundamental De livros De empreendimentos imobiliários De maquetes De produtos De serviço
Excursões	Técnicas De incentivo Educativas
Desfiles	Desfiles cívicos Desfiles de moda Desfiles de escolas de samba Paradas
Outros	Leilões Dias específicos Ruas de lazer Degustação

QUADRO 1. - Classificação da tipologia dos Eventos
Fonte: Britto e Fontes, 2002.

Os eventos que fazem parte deste estudo são os Comerciais, Culturais, Sociais, Artístico/Culturais, Gastronômico, Esportivos, Políticos, Históricos, Religiosos, Científicos/Técnicos, os quais estão dentro das classificações de cerimônias, encontros de convivência e encontros técnicos científicos. Esses eventos serão realizados dentro de um hotel e por isso podem sofrer alterações, como no caso de eventos esportivos, poderá ser realizado a cerimônia de premiação ou de abertura de jogos, porém a competição em si fica inviável. Deste modo o próximo capítulo mostrará a visão do hotel diante da realização de eventos e seus conceitos, para então se entender a relação que esses dois seguimentos exercem de maneira conjunta.

3. HOTELARIA

Cândido e Vieira (2003 p.49), com base na Resolução Normativa 387/98 que regulamenta a atividade hoteleira e um sistema de classificação dos mesmos realizado pela Embratur, definem um hotel como sendo “meio de hospedagem do tipo convencional e mais comum, normalmente localizado em perímetro urbano, e destinado a atender turistas, tanto em viagens de lazer quanto em viagens de negócios.”.

Ainda conceituando a hotelaria, Petrocchi (2007, p.01) mostra que a hospedagem é um dos suportes do turismo e que a atividade turística precisa de três serviços básicos que são o transporte, a hospedagem (com alimentação) e o atrativo, podendo esse ser de qualquer natureza.

Medeiros (2007, p.17) também relaciona o empreendimento hoteleiro como sendo um dos pilares do turismo, entretanto afirma que é uma das áreas mais afetadas pela sazonalidade (fenômeno de periodicidade do ano, que ocorre por fatores como férias/trabalho, ou verão/inverno). E por esse motivo a hotelaria busca se adaptar, apostando então em outros nichos da prestação de serviços, que nesse caso são os eventos.

Com mudanças também nas tecnologias de gestão, Petrocchi (2007, p.02) afirma que “os hotéis deixaram de apenas hospedar pessoas e passaram a incorporar seu entorno, introduzindo então espaços multifuncionais e acolhendo os mais distintos tipos de eventos”.

Para Ansarah (1999, p.37) é possível relatar também quais são os equipamentos mais utilizados pelo turista que se desloca motivado pelos eventos, são eles: “Meios de transporte, Hospedagem, Entretenimento e lazer e os locais para eventos onde serão realizados congressos, seminários”. E então muitos hotéis atentos a essa necessidade disponibilizam espaços capazes de realizar esses diferentes acontecimentos.

Como afirma Rosa (2009, p.79) “(...) o setor hoteleiro deve adaptar seus serviços, instalações e equipamentos no sentido de superar estes obstáculos, o que vem fazendo com que novas tendências governem o setor.”. A hotelaria deve então estar atenta às mudanças de mercado e estar preparada para esse cliente que possivelmente estará em seu entorno.

Ainda nesse contexto o segmento de eventos auxilia como impulsionador da ocupação hoteleira, à medida que trazem hóspedes para usufruírem da estadia,

buscando garantir a sobrevivência perante os problemas da sazonalidade (ROSA, 2009).

Ao passo que a hotelaria se desenvolve atendendo a necessidade de seus clientes, o setor de eventos, turismo de negócios também evolui. A hotelaria por sua vez busca diversas formas de aumentar sua receita (valor monetário recebido pela empresa) e assim ampliam espaços para criação de áreas destinadas aos eventos, visto que o mesmo afeta positivamente diversos setores da hotelaria (SAKEMI, 2008, p. 19).

Por isso a hotelaria se abriu para o setor de eventos, porque viu neles uma chance de melhorar e tê-los como um aliado no combate aos efeitos negativos da sazonalidade.

4. O SETOR DE EVENTOS NA HOTELARIA

O setor de eventos na hotelaria é o departamento responsável por planejar, organizar e realizar os eventos no hotel, porém estes eventos podem contar com patrocinadores, apoiadores e com os serviços de uma empresa especializada em eventos, e o hotel então trabalhará em conjunto com as demais empresas.

Cândido mostra que:

[...] é o departamento que operacionaliza as vendas de produtos disponíveis no hotel, devendo ter como base de atividades a organização de banquetes, coquetéis, jantares, seminários, cursos, feiras, desfiles, lançamento de obras e produtos, palestras e outras atividades nas áreas sociais do hotel, de acordo com sua capacidade, visando a um atendimento com qualidade (CÂNDIDO, 2003, p. 600).

É também visto como uma alternativa de receita para os hotéis, como afirma Petrocchi, os eventos contribuem para atenuar os problemas de sazonalidade e melhorar a produtividade do estabelecimento (PETROCCHI, 2007, p.103).

Os dados apresentados por Petrocchi afirmam que mesmo os empreendimentos hoteleiros de menor porte podem abrigar os eventos em seus reduzidos espaços. O autor afirma também que cerca de 49,4% dos eventos ocorrem dentro dos hotéis e que deste montante 4,1% são realizados em hotéis de lazer (PETROCCHI, 2007, p.107).

Como ressalta Medeiros, os eventos são uma estratégia para estabilizar os destinos garantindo a rentabilidade e resistindo ao impacto da sazonalidade (MEDEIROS, 2007, p. 17).

O setor de eventos para Brito e Fontes funciona como um órgão independente dentro do hotel e uma das suas concepções é “quando os hotéis se utilizam da realização de eventos internos como uma das formas de garantir hospedagem, frequência nos restaurantes, boates, entre outros”. (BRITO e FONTES, 2002, p.21). Para analisarmos esse setor, no município de Ponta Grossa fez-se necessário buscar os hotéis que destinam espaços para tal atividade e ainda entender em que contexto Ponta Grossa está inserida.

5. CONTEXTUALIZANDO A CIDADE DE PONTA GROSSA

Ponta Grossa está localizada no segundo planalto paranaense, na região dos Campos Gerais e recebe essa denominação por causa da sua vegetação característica de campos naturais, por sua ocupação territorial advinda do tropeirismo e por ser historicamente uma região de passagem que ligava o sul com o centro-oeste do país. (PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO 2001)

O município possui uma estimativa de aproximadamente 341.130 habitantes conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para o ano de 2016. Suas características econômicas são relacionadas ao beneficiamento de soja e cereais, produtos alimentícios, metalúrgica e madeireiras e ainda encontram-se atividades como a pecuária, mineração de talco e a agricultura. (IPARDS 2004, in PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO 2001).

Ponta Grossa teve um crescimento econômico significativo e o setor do comércio começa a se desenvolver nos anos 90 com a chegada de diversas indústrias do setor logístico, e a criação de shoppings centers. Essas indústrias foram instaladas por conta de seu entroncamento ferroviário que possibilita o acesso a demais regiões do país. (PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO 2001)



FIGURA 1 – Localização do Município de Ponta Grossa
Fonte: Geoportal Ponta Grossa – Plano Diretor Participativo (2006).

5.1 O Perfil da Hotelaria em Ponta Grossa

Ponta Grossa possui uma grande importância no Estado, por sua posição geográfica que possibilita facilidade no acesso de diversas regiões do Paraná.

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, existem no município 26 empreendimentos hoteleiros dos quais apenas dois são hotéis de rede. (Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, 2015). São eles:

- Barbur Center Hotel (Centro)
- Barbur Plaza Hotel (Oficinas)
- Hotel 10 (Distrito Industrial) – Hotel de Rede.
- Hotel Arthur (Centro)
- Hotel Casimiro (Centro)
- Hotel Genevie Palace (Centro)
- Hotel Ipiranga (Nova Rússia)
- Hotel Maciel (Oficinas)
- Hotel Mendes (Nova Rússia)
- Hotel Papai Cogo (Sabará)
- Hotel Paraná (Chapada)
- Hotel Pax Express (Centro)
- Hotel Princesa (Sabará)
- Hotel Princess Express (Boa Vista)
- Hotel Residência São José (Centro)
- Hotel Rota (Sabará)
- Hotel Sabará (Sabará)
- Hotel Santa Fé (Nova Rússia)
- Hotel São Marcos (Centro)
- Hotel Schafranski (Centro)
- Hotel Slavieiro Executive (Olarias) – Hotel de Rede
- Hotel Village (Centro)
- Ipê Hotel Express (Uvaranas)
- Planalto Palace Hotel e Eventos (Centro)

- Ponta Grossa Plaza Hotel (Centro)
- Premium Vila Velha Hotel (Centro).

Segundo dados de uma pesquisa realizada em novembro de 2015 pelo Sebrae/PR, a cerca do perfil dos consumidores da hotelaria local, contatou-se que dos 100 participantes da pesquisa no mês de novembro, “77% são homens com 42 anos de idade e que possuem renda de R\$ 8,9 mil”. (Agência Sebrae/PR, 2016) Um dado importante coletado com a pesquisa aponta que os entrevistados permanecem por pelo menos duas noites na cidade. Ainda referente ao perfil dos hóspedes de Ponta Grossa a pesquisa mostrou que “cerca de 87% dos entrevistados afirmaram que vem para Ponta Grossa a negócios, 6% para participar de seminários ou congressos, 4% vem para estudar e 3% por outros motivos” (Agência Sebrae/PR, 2016).

Os resultados obtidos com o presente estudo estão descritos a seguir, inicialmente pela descrição dos hotéis em Ponta Grossa que possuem espaços para a realização de eventos em seu interior, e posteriormente as respostas conseguidas com a aplicação dos questionários.

6. RESULTADOS

Sendo o setor industrial uma das principais atividades econômicas do município, o turismo, ainda em desenvolvimento na cidade é difundido principalmente com foco nos eventos e nos negócios. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA).

O município possui 26 hotéis como já mencionado, desse total sete possuem espaços para eventos. A seguir apresentam-se os espaços disponíveis nos hotéis, para eventos e sua capacidade:

HOTEL PLANALTO

	SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE			
			AUDITÓRIO	"U"	ESCOLAR	MESAS REDONDAS
HOTEL	SALÃO PLANALTO	11º	120	36	80	90
	SALA A	55	70	27	30	-
	RESTAURANTE	40	40	20	30	50
CASA DE EVENTOS	SALA 1	48	60	27	30	-
	SALA 2	28	30	15	15	-
	SALA 3	28	30	15	9	-
	SALA 4	22	20	15	9	-
	SALA5	35	40	21	24	-

Quadro 2. – Hotel Planalto e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: hotelplanalto.com.br. Elaborado pela autora, 2016.

BARBUR PLAZA HOTEL

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	"U"	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
SALA 2	265	350	80	140	140	X	X
SALA 4	46	30	15	20	20	X	X
SALA 6	90	90	30	40	40	X	X
SALA 8	90	90	30	40	40	X	X
SALA 10	220	300	80	140	140	150	200

Quadro 3. – Hotel Barbur Plaza e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: barbur.com.br. Elaborado pela autora, 2016.

HOTEL VILLAGE

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	"U"	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
SALA 01	54	55	24	26	42	48	48

Quadro 4. – Hotel Village e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: villagehotel.com.br. Elaborado pela autora, 2016.

PREMIUM VILA VELHA HOTEL

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	"U"	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
Vila Velha	470	400	x	X	x	300	400
Lagoa Dourada	270	200	68	68	x	180	200
Abaretama	110	90	50	40	60	40	120
Tarobá	50	30	12	12	12	x	x
Araucária	54	40	12	12	12	40	50

Quadro 5 – Hotel Vila Velha e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: premiumvilavelha.com.br. Elaborado pela autora, 2016.

HOTEL SLAVIEIRO EXECUTIVE

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	"U"	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
Auditório Dr. Wilson	360	500	160	180	100	350	400
Foyer	250	250	100	120	60	350	400
Sala Iguaçu	24	25	16	16	10	-	-
Sala Mississipi	80	90	40	44	32	40	x
Sala Mississipi - Missouri	160	180	80	88	64	80	x
Sala Missouri	80	90	40	44	32	40	x
Sala Paraná	48	50	20	24	20	-	-
Sala Tibagi	28	25	16	16	10	-	-

Quadro 6. - Hotel Slavieiro e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: <http://www.slavieirohoteis.com.br>. Elaborado pela autora, 2016.

HOTEL PRINCESS

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	U	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
Queen	48	40	16	-	20	10	-
Real	18	-	-	-	-	8	-

Quadro 7 – Hotel Princess e Sua Capacidade Para Eventos

Fonte: www.hotelprincess.com.br . Elaborado pela autora, 2016.

BARBUR CENTER HOTEL

SALA	ÁREA (M ²)	CAPACIDADE					
		AUDITÓRIO	"U"	ESPINHA DE PEIXE	ESCOLAR	BANQUETE	COQUETEL
SALA 2	60	60	32	32	40	80	120
SALA 4	15	20	9	12	12	X	X
SALA 6	35	30	20	20	20	X	X

Quadro 8 – Hotel Barbur Center e Sua Capacidade Para Eventos.

Fonte: barbur.com.br. Elaborado pela autora, 2016.

Os quadros apresentados correspondem a capacidade, tamanho e posicionamentos possíveis em seus espaços para a realização de eventos. Neles, os formatos Auditório, "U", Espinha de Peixe, Escolar, Banquete, Coquetel dizem respeito a disposição de mesas, cadeiras e demais utensílios, nas salas que serão utilizadas para determinados eventos.

A seguir expõem-se coleta dos dados obtidos com a aplicação do questionário, evidenciando o número de ocorrências de cada item escolhido.

1. Quais os tipos de eventos realizados com maior frequência no hotel?

Comerciais	7
Culturais	3
Sociais	5
Artístico/Culturais	3
Gastronômicos	3
Esportivos	1
Políticos	2
Históricos	0
Religiosos	6
Científicos/Técnicos	5

Figura 2.

Podemos observar neste item que a maioria dos eventos que ocorrem em Ponta Grossa são de cunho Comerciais, aqueles que visam promoção de produtos, treinamento de funcionários e inovações de mercado. Entretanto os eventos Sociais e os Técnicos e Científicos também possuem alto nível de ocorrência no município.

2. Quais são os períodos de maior ocorrência de eventos?

Janeiro a Março	4
-----------------	---

Março a Maio	5
Maio a Julho	6
Julho a Setembro	7
Setembro a Novembro	6
Novembro e Dezembro	4

Figura 3.

Nota-se nesta questão que o período de maior ocorrência de evento são os meses de Julho a Setembro, entretanto se desconhece a causa que leva esses meses serem os mais movimentados para a realização de eventos.

3. É correto afirmar que os eventos podem minimizar os efeitos negativos da sazonalidade?

Concordo Totalmente	4
Concordo Parcialmente	2
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	1
Não Concordo Nem Discordo	1

Figura 4.

4. Os hotéis possuem uma política de preços especiais conforme época do ano?

Concordo Totalmente	4
Concordo Parcialmente	2
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	0
Não Concordo Nem Discordo	1

Figura 5.

5. A realização de eventos no hotel contribui para um aumento significativo na ocupação de unidades habitacionais?

Concordo Totalmente	1
Concordo Parcialmente	4
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	1
Não Concordo Nem Discordo	1

Figura 6.

6. É correto afirmar que os eventos são capazes de fomentar o turismo na cidade em que ocorrem?

Concordo Totalmente	5
Concordo Parcialmente	1
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	1
Não Concordo Nem Discordo	0

Figura 7.

7. A realização de eventos nos hotéis geram crescimento na receita, esse aumento consiste em aumento no consumo de alimentos e bebidas, bar e lazer proporcionados pelo hotel que o sedia?

Concordo Totalmente	3
Concordo Parcialmente	3
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	1
Não Concordo Nem Discordo	0

Figura 8.

8. O seu hotel está preparado para atender a crescente demanda de eventos, tanto em seu interior quanto proporcionando número suficiente de unidades habitacionais para os participantes dos eventos realizados em locais externos ao hotel?

Concordo Totalmente	5
Concordo Parcialmente	2
Discordo Totalmente	0
Discordo Parcialmente	0
Não Concordo Nem Discordo	0

Figura 9.

9. A realização de eventos gera receita para a empresa, enumere por grau de importância (0 sendo sem importância e 10 sendo realmente importante) que setores são mais beneficiados financeiramente pela realização de eventos.

Alimentos e Bebidas	7
Equipamentos de Multimídia	7

Locação de salas/espços	7
Baar/lazer	6
UH	7

Figura 10

10. Em relação ao faturamento mensal do hotel, qual é a porcentagem de lucro que um evento gera para a empresa?

1%	1
10%	1
15%	2
30%	3

Figura 11.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa atingiu os objetivos inicialmente defendidos que buscou analisar a contribuição que os eventos proporcionam a hotelaria, de que maneira ocorre e levantar dados referente a estrutura para realização de eventos na hotelaria do destino Ponta Grossa uma vez que possibilitou mensurar essa estreita relação entre hotelaria e eventos.

Proporcionou conhecimento a cerca da estruturação desses eventos e sua real contribuição para com a hotelaria de Ponta Grossa. Contribuição essa percebida principalmente na geração de lucros e como incremento da prestação do serviço hoteleiro. E ainda uma caracterização do município como um destino de negócios e eventos já que o setor industrial está em constante crescimento e oportuniza negociações e encontros na cidade. Evidenciou ainda a demanda crescente por leitos na cidade uma vez que grandes empreendimentos hoteleiros tem se instalado nos últimos anos e irão se instalar nos próximos anos firmando que Ponta Grossa está em franco desenvolvimento apesar de crises econômicas que assolam a economia do país.

O estudo, no entanto apresentou algumas limitações referentes a aplicação da pesquisa pois alguns dos responsáveis do setor de eventos que responderam o questionário não sabiam ao certo como prosseguir e em algumas situações não tiveram como questionar a pesquisadora, pois preferiram responder o questionário via e-mail.

O estudo desenvolvido contribui para a pesquisa em turismo pois possibilita a relação entre hotelaria, eventos, negócios e o turismo pois esses eventos geram visibilidade para a cidade onde ocorrem e oportunizam a atividade turística propriamente dita. O participante de um evento, seja ele de qualquer tipo, classificação ou tamanho, é um turista em potencial, pois além de poder desfrutar da gastronomia da cidade, consumir entretenimento, visitar atrativos turísticos enquanto está em seu tempo livre, pode retornar em outro momento com mais tempo e com a família se a cidade proporcionar infraestrutura suficiente para manter esse turista interessado e disfrutando de momentos agradáveis na localidade.

A relevância desse estudo é percebida pela constante busca por incrementar os serviços turísticos. E foi isso que o presente estudo procurou apresentar,

observando a hotelaria como não sendo mais apenas um meio de hospedagem, mas que aliada aos eventos pode atender a outras necessidades de mercado.

Para complementar essa pesquisa seria viável um estudo de caso, uma vez que possibilitaria uma visão ampla do funcionamento do departamento de eventos em um hotel específico, e de fato como é o dinamismo do setor durante todo o ano, ou por um período específico.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIA, “Pesquisa do Sebrae/PR constata o perfil dos turistas de Ponta Grossa e região” – 2016, disponível em: <http://www.pr.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PR/pesquisa-do-sebraepr-constata-o-perfil-dos-turistas-de-ponta-grossa-e-regiao,ee32d3e8892e3510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> acesso em Dezembro de 2016;

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis, “Turismo Segmentação de Mercado” – 1999, Futura;

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS TRANSPORTES DE TURISMO E FRETAMENTO, disponível em: <http://www.anttur.org.br/textos/pagina/476/Deliberacao-Normativa-N-387>.

BARBUR PLAZA HOTEL, disponível em: <http://www.barbur.com.br/>;

BRITTO, Janaina e FONTES, Nena, “Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo” – São Paulo, Aleph, 2002;

CÂNDIDO, Índio e VIEIRA, Elenara Vieira, “Gestão de Hotéis - Técnicas, Operações e Serviços” – Caxias do Sul, 2003;

DENCKER, Ada de Freitas Maneti, “Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo” – São Paulo, Futura, 1998;

GIL, Antônio Carlos, “Como Elaborar projetos de Pesquisa” - São Paulo, 3 ed., Atlas, 1991;

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio G., “Oportunidades e investimentos em Turismo” – São Paulo, Roca, 2003;

HOTEL PRINCESS EXPRESS, disponível em: http://www.hotelprincess.com.br/?gclid=CM_h_sSmmNACFYpahgodHwMKyA;

IPLAN – Plano Diretor Participativo 2001, disponível em: < <http://iplan.pontagrossa.pr.gov.br/plano-diretor-participativo/>>, acesso em Dezembro de 2016;

MEDEIROS, Andressa de Andrade, “Turismo de eventos como Estratégia no Combate a Sazonalidade: Uma Análise na Hotelaria de Natal-RN”, Universidade Federal do Rio Grande do Norte – 2007;

OLIVEIRA, Antônio Pereira, “Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização”, - São Paulo, 2 ed., Atlas, 2000;

PETROCCHI, Mario, “Hotelaria Planejamento e Gestão” – São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2007;

PLANALTO HOTEL E EVENTOS, disponível em: <http://www.hotelplanalto.com.br/>;

PORTAL AREDE, disponível em: <http://arede.info/ponta-grossa/36544/ponta-grossa-tera-novo-shopping-em-2016> .

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, disponível em: <http://www.pontagrossa.pr.gov.br/fumtur/hospedagem>, acesso em 29 de Agosto de 2016;

PREMIUM VILA VELHA HOTEL, disponível em: <http://www.premiumvilavelha.com.br/>;

ROGALA, Fernando, “Ponta Grossa Terá Novo Shopping em 2016”, disponível em: <http://arede.info/ponta-grossa/36544/ponta-grossa-tera-novo-shopping-em-2016>, acesso em 29 de Novembro de 2016.

ROGALA, Fernando, “SETOR HOTELEIRO INVESTE R\$ 61 MI EM PONTA GROSSA”, disponível em: <http://arede.info/jornaldamanha/dinheiro/47262/SETOR-HOTELEIRO-INVESTE-R-61-MI-EM-PONTA-GROSSA>, acesso em 1º de Dezembro de 2016;

ROSA, Lélío Galdino, “A dinâmica espacial dos serviços hoteleiros e o turismo de negócios e eventos em Campinas”, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2009;

SAKEMI, Flávia Chimura, “Turismo de Eventos e Hotelaria: O Caso do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1”, Universidade Estadual Paulista, Rosana, 2008;

SLAVIEIRO EXECUTIVE HOTEL, disponível em: <http://www.slavierohoteis.com.br/hotel-em-ponta-grossa/slaviero-executive-ponta-grossa/hotel/>;

VILLAGE HOTEL, disponível em: <http://www.villagehotel.com.br/>.

ZANELLA, Luiz Carlos, “Manual de Organização de Eventos: planejamento e operacionalização” – São Paulo, 3 ed., Atlas, 2006;

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO: “Como os eventos contribuem para a hotelaria de Ponta Grossa?”.

O questionário a seguir visa conhecer de que maneira os eventos interferem na hotelaria da cidade, e se essa interferência é positiva ou não. Esse questionário é a ferramenta escolhida para atingir os objetivos da pesquisa do Trabalho de Conclusão do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Foi feito uma pesquisa preliminar para identificar os hotéis que possuem espaços para eventos sendo este o primeiro critério para aplicação da pesquisa.

Para aplicação desse questionário buscou-se fazer contato com o responsável pelo setor de eventos nos hotéis.

1. Enumere de 0 a 10 (0 sendo sem ocorrência e 10 com frequência) Quais são os tipos de eventos realizados com maior frequência no hotel?

	Comerciais
	Culturais
	Sociais
	Artístico/Culturais
	Gastronômicos
	Esportivos
	Políticos
	Históricos
	Religiosos
	Científicos/Técnicos

2. Quais são os períodos de maior ocorrência de eventos?

	Janeiro a Março
	Março a Maio
	Maio a Julho
	Julho a Setembro
	Setembro a Novembro
	Novembro e Dezembro

3. É correto afirmar que os eventos podem minimizar os efeitos negativos da sazonalidade?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente

	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

4. Os Hotéis possuem uma política de preços especiais conforme a época do ano?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente
	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

5. A realização de eventos no hotel contribui para um aumento significativo na ocupação de unidades habitacionais?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente
	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

6. É correto afirmar que os eventos são capazes de fomentar o turismo na cidade em que ocorrem?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente
	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

7. A realização de eventos nos hotéis geram crescimento na receita, esse aumento consiste em aumento no consumo de alimentos e bebidas, bar e lazer proporcionados pelo Hotel que o sedia?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente
	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

8. O seu hotel está preparado para atender a crescente demanda de eventos, tanto em seu interior quando proporcionando numero suficiente de unidades habitacionais para os participantes dos eventos realizados em locais externos aos hotéis?

	Concordo Totalmente
	Concordo Parcialmente
	Discordo Totalmente
	Discordo Parcialmente
	Não Concordo Nem Discordo

9. A realização de eventos gera receita para a empresa, enumere por grau de importância (0 sendo sem importância e 10 sendo realmente importante) que setores são mais beneficiados financeiramente pela realização de eventos.

	Alimentos e Bebidas
	Equipamentos de Multimídia
	Locação de Salas/Espaços
	Bar/Lazer
	UH

10. Questão aberta: Em relação ao faturamento mensal do hotel, qual é a porcentagem de lucro que um evento gera para a empresa?

Respondido por: _____

Cargo: _____

Data: ____ / ____ / 2016