

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
CAMPUS DE IRATI  
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS – SESA/I  
DEPARTAMENTO DE TURISMO – DETUR/I

**JULIO HENRIQUE FERNANDES**

**INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS EM EVENTOS DE NEGÓCIOS: ESTUDO NA  
FEIRA DE MALHAS EM IMBITUVA/PR**

IRATI  
2018

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
CAMPUS DE IRATI  
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS - SESA/I  
DEPARTAMENTO DE TURISMO - DETUR/I

**JULIO HENRIQUE FERNANDES**

**INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS EM EVENTOS DE NEGÓCIOS: ESTUDO NA  
FEIRA DE MALHAS EM IMBITUVA/PR**

Monografia apresentada ao curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, *Campus* de Irati – PR, como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

**Professora Orientadora:** Profa. Me. Elieti Fátima de Goveia.

IRATI  
2018

Dedico este trabalho a minha família, ao evento Feira de Malhas e a cidade de Imbituva/PR; ao curso de Turismo da Unicentro e a todos que fazem parte do ramo de eventos e turismo.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, a Ele e Jesus por me darem conforto, luz, proteção e paciência sempre que precisei.

A minha mãe Maria Elidia, por me apoiar e me ajudar sempre, principalmente financeiramente para com os meus estudos, pois graças a ela estou concluindo esta etapa em minha vida.

A minha irmã Taini Fernandes por cuidar de mim e por me dar seu apoio como uma segunda mãe sempre que precisei nesses meus 21 anos.

A eu mesmo por ser capaz de realizar este trabalho.

Ao meu pai, Jair Fernandes e ao meu irmão, Robson Fernandes, por me apoiarem na minha decisão pelo curso de Turismo.

A minha excelentíssima e querida Professora Orientadora Elieti Fátima de Goveia, pela paciência e competência em me orientar para a formação deste trabalho.

A banca avaliadora, composta pelos Professores Diogo Lüders Fernandes e Vanessa de Oliveira Menezes, pelas sugestões para contribuir com meu trabalho, por estarem sempre dispostos em me ajudar e por terem interesse em fazer parte de minha banca.

A Associação das Malharias de Imbituva, em especial ao Sr. Verli Antônio Moleta, por contribuir e permitir a realização deste trabalho na Feira de Malhas.

Aos professores que conheci no curso de Turismo, pelos seus ensinamentos; eles foram essenciais para minha capacitação como turismólogo.

A Vanessa Alberton, secretária do Departamento de Turismo, por ter sua amizade e carinho e por ser sempre prestativa comigo, todas as vezes que precisei.

As amizades que conquistei durante esses quatro anos de Universidade, em especial aos meus colegas de sala e meus amigos que conheci em Maresias/SP, quando realizei um estágio não-obrigatório na Pousada Tambayba.

Enfim, a todos não citados, que contribuíram de alguma forma à minha formação.

*“O sucesso profissional é sonho,  
Turismo é a realização”*

*(Rinaldo Pedro)*

## RESUMO

O presente estudo teve como objetivo geral analisar se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atenderam as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017. E como objetivos específicos: descrever os serviços e a infraestrutura do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva disponibilizado aos participantes no ano de 2017; verificar a demanda do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017; e identificar junto aos participantes da Feira novos serviços e infraestrutura que melhor atendam suas demandas. O estudo teve aspecto descritivo e qualitativo por meio de pesquisa bibliográfica, fotográfica e de observação, além da análise dos questionários aplicados com os visitantes do evento no ano de 2017. A partir destas análises, chegou-se a conclusão de que o evento ofereceu vinte e duas opções de malharias, além de outros serviços como o de alimentação, estacionamento, segurança, etc. Também foi possível observar de acordo com os questionários, que o perfil da demanda do evento Feira de Malhas de Imbituva no ano de 2017, foi um público que possuía idade entre 31 a 50 anos, composto em sua maioria por homens, que visitaram o evento, acompanhados de suas respectivas cônjuges, para compras, no qual foi observado que a maioria é professores e aposentados, provenientes de cidades vizinhas e cidades do Paraná, ou seja, um público regional e estadual. Contudo, além da infraestrutura e serviços ofertados na Feira de Malhas de 2017, os visitantes contribuíram com sugestões para a melhoria das próximas edições, tendo como principal sugestão mais opções de alimentação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Feira, Imbituva, Infraestrutura, Malhas, Serviços.

## **ABSTRACT**

This study had as the main aim to analyze if the infrastructure and services offered in the Feira de Malhas of Imbituva / PR attended on the needs of the event participants in 2017. This study had as specific objectives: to describe the services and the infrastructure of the Feira de Malhas business event of Imbituva offered to the participants in 2017; verify the demand of the Feira de Malhas business event of Imbituva in 2017; and identify with the participants of the Fair new services and infrastructure that could attend better their demands. The study had a descriptive and qualitative aspect through bibliographical, photographic and observation research, as well as the analysis of the applied questionnaires to the visitors of the event in the year 2017. From these analyzes, it was concluded that the event offered twenty-two knitting shop options, as well as other services such as food, parking, security, etc. It was also possible to observe, according to the questionnaires, that the profile of the demand in the Feira de Malhas of Imbituva in 2017 was composed of people between 31 and 50 years old, and mostly of them were men who visited the event , accompanied by their respective spouses to purchase clothes, and we could observe that the majority were teachers or retired people, coming from neighboring cities and other cities from Paraná, so, a regional and state public. However, besides the infrastructure and services offered in Feira de Malhas in 2017, visitors contributed with suggestions for improving the next editions of the fair, the main suggestion was to look for more food options.

**KEY-WORDS:** Fair, Imbituva, Infrastructure, Knitwear, Services.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01. Impactos positivos e negativos sobre eventos .....	18
Figura 01. Localização de Imbituva no mapa do Paraná .....	28
Figura 02. Localização da Feira de Malhas .....	31
Figura 03. Fachada da Feira de Malhas .....	31
Figura 04. Estande das malharias na Feira de Malhas .....	33
Figura 05. Estande das malharias na Feira de Malhas .....	33
Figura 06. Praça de alimentação da Feira de Malhas .....	33
Figura 07. Praça de alimentação da Feira de Malhas .....	33
Figura 08. Pavilhão 01 da Feira de Malhas .....	34
Figura 09. Pavilhão 01 da Feira de Malhas .....	34
Figura 10. Pavilhão 02 da Feira de Malhas .....	34
Figura 11. Pavilhão 02 da Feira de Malhas .....	34
Figura 12. Cidades do entorno de Imbituva/PR.....	39

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Gênero dos visitantes.....	35
Tabela 02. Estado civil dos visitantes.....	36
Tabela 03. Faixa etária dos visitantes .....	36
Tabela 04. Profissão dos visitantes.....	37
Tabela 05. Município de origem dos visitantes.....	38
Tabela 06. Renda dos visitantes .....	39
Tabela 07. Motivo da visita.....	40
Tabela 08. Quantidade de visitas feitas na feira.....	40
Tabela 09. Dias de permanência na cidade .....	41
Tabela 10. Visitas na cidade .....	41
Tabela 11. Transporte utilizado para chegar na feira .....	41
Tabela 12. Necessidades atendidas dos visitantes.....	42
Tabela 13. Indicações da feira .....	42
Tabela 14. Sugestões dos visitantes.....	43

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1 METODOLOGIA</b> .....	14
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	16
2.1 EVENTOS .....	17
2.2 TIPOS DE EVENTOS.....	20
2.2.1 Eventos de Negócios.....	21
2.2.2 Eventos de Feiras.....	22
2.3 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS .....	24
2.3.1 Importância da infraestrutura em eventos de negócios .....	24
2.3.2 Importância dos serviços em eventos de negócios .....	25
<b>3 OBJETO DE ESTUDO</b> .....	28
3.1 IMBITUVA.....	28
3.2 FEIRA DEMALHAS EM IMBITUVA/PR .....	29
<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	33
4.1 SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA DA FEIRA DE MALHAS DISPONIBILIZADOS AOS VISITANTES NO ANO DE 2017.....	33
4.2 DEMANDA NA FEIRA DE MALHAS NO ANO DE 2017 .....	35
4.3 SUGESTÃO DOS VISITANTES .....	42
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	45
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	47
<b>APÊNDICE A</b> .....	52

## INTRODUÇÃO

O setor de eventos pode ser entendido como uma questão de fácil discussão, no sentido de observar, participar, saber dos pequenos, médios e grandes eventos que ocorrem nas cidades, como shows, jogos de futebol, encontros religiosos, reuniões, lançamentos de filmes e/ou livros, que são considerados como alguns dos exemplos de eventos, que ao entender parecem simples de serem realizados.

Neste sentido, esta pesquisa visa entender conceitos, tipos de eventos e conteúdos acerca deste segmento e também sobre evento comercial em uma cidade de pequeno porte a ser citada no transcorrer desta introdução.

De tal forma, a referida pesquisa abordou questões sobre os serviços e a infraestrutura e dos visitantes do evento Feira de Malhas, objeto de estudo deste trabalho. A Feira é realizada no Município de Imbituva, e segundo o portal eletrônico da Prefeitura Municipal (IMBITUVA, 2017), a cidade está localizada na região Centro Sul do Paraná. Imbituva vem do vocabulário indígena que significa cipóal, "lugar de muito imbé". Da língua tupi, imbé é uma espécie de cipó da família das aráceas, pertencentes ao gênero *Philodendron*; e tyba: grande quantidade, abundância (IMBITUVA, 2017). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018a) sua população foi estimada para o ano de 2017 em 31.719 habitantes.

O estudo referente aos serviços e infraestrutura da Feira de Malhas teve uma problemática a ser resolvida. Dessa forma, como a questão, a saber, refere-se aos serviços e infraestrutura, o trabalho remeteu-se a seguinte problemática: A infraestrutura e serviços do evento de negócios Feira de Malhas no município de Imbituva disponibilizado aos participantes atenderam as necessidades de sua demanda no ano de 2017?

Propôs como objetivo geral analisar se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atenderam as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017, a partir da avaliação dos visitantes. Já os objetivos específicos foram: descrever os serviços e a infraestrutura do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva disponibilizado aos participantes no ano de 2017; verificar a demanda do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017; e identificar junto aos participantes da Feira novos serviços e infraestrutura que melhor atendam sua demanda.

Este trabalho foi dividido em capítulos e subcapítulos, o qual conduz ao leitor o tema, contextualizando sobre o assunto em questão. O próximo capítulo trata sobre a metodologia utilizada na pesquisa para que os objetivos reportados fossem alcançados. Logo após, foi elaborada uma abordagem referente aos assuntos voltados ao objeto de estudo como: eventos, tipos de eventos, eventos de negócios, evento de feiras, entre outros. No seguinte, é caracterizado o objeto de estudo, relativo à cidade de Imbituva e a Feira de Malhas. Então, no capítulo seguinte estão apresentados os resultados e análise dos dados. Posteriormente, para o fechamento desta pesquisa, são alinhadas as considerações finais e, por fim, as referências e apêndice.

## 1 METODOLOGIA

Esta pesquisa é de caráter descritivo e qualitativo, que segundo Gil (2007), pesquisa descritiva têm como objetivo descrever características de determinadas populações, fenômenos e/ou estabelecimentos de relações entre variáveis. Já a pesquisa qualitativa, de acordo com Giacaglia (2006), tem como papel analisar e/ou avaliar todos os serviços e atividades exercidas em um local. Foi utilizada uma amostragem por conveniência que, conforme Gil (2010, p. 94), “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo.”, ou seja, o trabalho não abrangeu o número total dos participantes (indivíduos que formam a população total de visitantes da Feira), portanto, os resultados desta pesquisa não serão generalizados, pois trata-se de uma amostragem não probabilística.

Assim, neste trabalho foi necessária a utilização da coleta de informações a partir de dados primários e secundários. Com relação aos dados secundários, foi realizada a pesquisa bibliográfica que teve como meta contribuir para o entendimento sobre o tema proposto nesta pesquisa, com o objetivo de agregar compreensão referente à temática, neste caso, a busca de informações em documentos sobre o evento de negócios referente à Feira de Malhas de Imbituva/PR, para realização de uma breve explicação sobre o decorrer histórico da Feira. De acordo com Gil (2007) pesquisa bibliográfica trata-se de um tipo de pesquisa desenvolvido através de materiais elaborados e publicados como livros, artigos necessários para a formação de um estudo e que contribuirá para o desenvolvimento da pesquisa. Neste aspecto, as fontes utilizadas para fundamentar as questões da referida pesquisa decorrem de artigos, revistas online, livros, que contribuíram com o tema proposto. Foram utilizados autores como: Martin (2003), Zanella (2003), Matias (2004), Rios (2010), Gil (2010), Borges (2012), Violin et al. (2014), Marujo (2015), entre outros.

Sobre os dados primários, foram efetivados registros fotográficos do evento ocorrido entre os dias 20 de abril e 14 de maio do ano de 2017. Neste período, foi realizada ainda uma pesquisa de observação, que segundo Gil (2010, p. 100) é “o uso dos sentidos com vistas a adquirir os conhecimentos necessários para o cotidiano”. Neste caso, o pesquisador observou o decorrer da feira, analisando itens

no evento como: o perfil do público (gênero, idade, etc) e a infraestrutura e serviços disponibilizados no ano de 2017.

Além disto, houve a aplicação de questionários nos dias decorrentes da Feira, especificadamente entre os dias 21 de abril a 03 de maio de 2017, em forma de questionário semi-estruturado aos visitantes. Vale ressaltar que algumas das questões foram parcialmente baseadas no Trabalho de Conclusão de Curso da egressa do curso de Turismo, Ferreira (2014). As questões aplicadas foram um total de quatorze, sendo onze fechadas e três abertas (vide apêndice A). Os assuntos indagados aos respondentes tiveram como foco principal o perfil e a origem destes visitantes e sugestões sobre os serviços e infraestrutura para a Feira de Malhas do município de Imbituva/PR. O entrevistador aplicou aleatoriamente os questionários às pessoas que não estavam no momento de suas compras nos estandes, mas sim aos que permaneciam nas áreas de lazer do pavilhão da Feira e a quem concordava em participar da pesquisa. Sendo assim, deu-se um total de 157 questionários aplicados.

As análises dos dados foram apresentadas em forma de tabelas, associadas com ideias de alguns autores, para ilustrar o entendimento ao problema proposto neste projeto, assim como responder os objetivos a qual foram alinhados nesta pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Deve ser enfatizado que uma parte deste estudo foi elaborado de acordo com a demanda de 2017 do evento Feira de Malhas de Imbituva, pois, esta questão no setor de eventos permite a realização de uma pesquisa para verificar, o perfil desta demanda e suas sugestões a respeito de sua satisfação com os serviços que estão sendo ofertados a esses visitantes. Com isto, a demanda turística pode ser entendida quando aos turistas que procuram um determinado tipo de produto ou serviço, seja essa procura por qualquer fator que influencie ao turista a sair de sua área de convívio. (DIAS e AGUIAR, 2002)

Uma pesquisa de perfil da demanda do turista brasileiro indica que 41% dos entrevistados viajam três ou mais vezes por ano e que 62% dos entrevistados são casados e apenas 50% possuem filhos (ABRIOL, 2011).

Já segundo Borges (2012) o turista brasileiro, muitas vezes viaja acompanhado, pois 55% dos entrevistados viajam com seu cônjuge ou namorado (a), além de que a maioria dos entrevistados (34%) possui idade entre 31 a 40 anos.

Contudo, um estudo do Ministério do Turismo (BRASIL, 2015a), identifica que a população brasileira acima de 60 anos rende cerca de 18 milhões de viagens ao ano no Brasil, pois possuem mais tempo e renda para viajarem. Sendo assim, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018b) mostra que em 2017 a renda média do brasileiro foi de R\$1.268,00. Já a renda média do estado do Paraná foi de R\$1.472,00 (IBGE, 2018b). Vale salientar que o salário mínimo brasileiro foi de R\$937,00 em 2017 e atualmente em 2018 é de R\$954,00. (SALÁRIO MÍNIMO, 2018).

Ainda, outra pesquisa levantada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015b), mostra que os turistas de Porto Alegre que viajaram em 2015 utilizaram o carro como principal meio de transporte.

Logo, neste entendimento em relação à demanda apresentados pelos autores, fica claro que a demanda contribui não só para o fluxo de renda e/ou emprego, como também para complementar ações quanto a melhoria de um evento.

Assim, neste enfoque, há necessidade do entendimento sobre eventos e demais conteúdos, que estão apresentados nos subcapítulos a seguir.



## 2.1 EVENTOS

Eventos podem ser compreendidos como um processo de acontecimentos, no qual as pessoas se reúnem em momentos festivos como aniversários e casamentos. Allen et al.(2003, p.4) reporta sobre este aspecto afirmando que “tanto de forma particular quanto em público, as pessoas sentem necessidade de marcar as ocasiões importantes de suas vidas e de festejar os principais momentos”. Ou seja, evento é o agrupamento ou reunião de pessoas, realizados em locais específicos para celebrar algum acontecimento que seja significativo ou importante independente de sua circunstância (comercial, familiar, religiosa, etc.). (ZANELLA, 2003)

Andrade (2002) afirma que evento pode ser visto como um fenômeno multiplicador de negócios pelo fluxo de visitantes e/ou um fenômeno capaz de mudar determinada dinâmica da economia. Como também são capazes de serem marcantes em qualquer época do ano. De tal modo, Britto e Fontes (2002), ressaltam eventos como um conjunto de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar junto com seu público alvo, resultados definidos.

Matias (2004, p. 3) aponta que os primeiros eventos que tiveram registro com relação a Turismo de Eventos foram aproximadamente em 776 a.C. com os primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga, mais especificadamente em Olímpia na Grécia e possuía caráter religioso. No entanto, Magallón (1991, p.21 *apud* ALBUQUERQUE 2004, p. 23) explica que foi Thomas Cook que incentivou pessoas a se locomoverem para outras localidades para participarem de um evento, surgindo assim os primeiros “centros de convenções”.

Após os primeiros eventos esportivos que estimularam a prática do turismo de eventos, surgiram outros tipos de eventos que deram continuação a essa atividade como, por exemplo, a Copa do Mundo, que ocorreu em 2014 no Brasil; a Oktoberfest, que além de ser realizada originalmente na Alemanha, ocorre também em outras cidades pelo mundo como Blumenau, Santa Catarina; Cannes Film Festival e Mônaco Grand Prix, ambos realizados na França, Carnaval Brasileiro, entre outros.

Andrade (2002) corrobora ao descrever que os acontecimentos esportivos geram a promoção da cidade, região ou país em que está sendo realizado, “[...], e

consequentemente turismo, [...], é um potencial fator-chave para o desenvolvimento de um destino.”. (ANDRADE, 2002, p. 42)

Os eventos, muitas vezes, estão relacionados com o turismo, contudo, há uma diferença em relação a isto, pois os eventos acontecem em qualquer período do ano, já o turismo de lazer é praticado em maior número no período de férias e feriados prolongados. (ANDRADE, 2002)

Allen et al. (2003) aponta que os eventos, em si, geram impactos positivos quanto negativos, sendo estes, administrados pelo gerente de eventos, tentando, assim, minimizar os negativos. Esses impactos podem ser sociais e culturais, físicos e ambientais, políticos e/ou turístico e econômico. No quadro 01, encontra-se uma relação sobre os pontos mencionados pelo autor.

Quadro 01: Impactos positivos e negativos sobre eventos

<b>Esfera do evento</b>	<b>Impactos Positivos</b>	<b>Impactos Negativos</b>
<b>Social e cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivência compartilhada</li> <li>• Fortalecimento do orgulho comunitário</li> <li>• Aumento da participação da comunidade</li> <li>• Expansão de perspectivas culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alienação da comunidade</li> <li>• Manipulação da comunidade</li> <li>• Deslocamento social</li> <li>• Perda do conforto</li> </ul>
<b>Física e ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposição do meio ambiente</li> <li>• Aumento da consciência ambiental</li> <li>• Melhoria dos transportes e comunicações</li> <li>• Transformação e renovação urbana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danos ao meio ambiente</li> <li>• Poluição</li> <li>• Destruição de patrimônio</li> <li>• Perturbação acústica</li> <li>• Engarrafamentos</li> </ul>
<b>Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestígio internacional</li> <li>• Melhora do Perfil</li> <li>• Coesão social</li> <li>• Promoção de investimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desvio de fundos</li> <li>• Falta de responsabilidade</li> <li>• Propaganda enganosa</li> <li>• Legitimação de ideologia</li> </ul>
<b>Turismo e economia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção do destino e incremento do turismo</li> <li>• Maior Lucratividade</li> <li>• Aumento da renda de impostos</li> <li>• Geração de empregos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de autenticidade</li> <li>• Danos à reputação</li> <li>• Exploração</li> <li>• Preços inflacionados</li> </ul>

Fonte: Adaptado com base em Hall, 1989 (*apud* Allen et al., 2003, p.11)

Sendo assim, quando o evento é bem organizado, os pontos negativos podem ser diminuídos ou até mesmo neutralizados.

De acordo com Cesca (1997 p. 15) os eventos são classificados em promocionais e institucionais, partindo do ponto de vista das organizações. Mas, também são capazes de serem considerados como técnicos, científicos, artísticos, sociais, entre outros.

Martin (2003), que ao mencionar a questão de evento, ressalta que depende muito da opinião de quem participa ou realiza-o. Ou seja, o evento consegue ser visto/pensado de um modo diferente para cada participante.

Neste contexto, Zanella (2003 p.13) destaca que para o olhar de quem organiza, “evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competências e resultados”. Já para quem participa pode significar “congratamento e integração, gerando e consolidando vínculos e relações de caráter profissional e pessoal.”. (ZANELLA, 2003 p.13). Desta forma, pode ser entendido que um evento provoca diversos tipos de emoções e sentimentos a quem o organiza ou participa, sendo eles bons ou ruins.

Martin (2003) acrescenta que há definições diferenciadas com relação a eventos, assim como atividades vinculadas a uma simples reunião familiar a um megaevento. Nesta mesma linha de pensamento, Rios (2010) corrobora ao informar que evento significa sucesso, acontecimento, acaso, eventualidade e/ou uma reunião social. Logo, Andrade (2002, p. 52) estabelece que “em qualquer situação, torna-se necessário o planejamento, que começa sempre [...], com levantamento do mercado, seu potencial de demanda e sua capacidade de oferta, a fim de traçar objetivos e metas.”. Desta forma, os organizadores têm finalidades a serem alcançados com a realização do evento a ser executado.

Andrade (2002) enfatiza que para que o evento se torne um sucesso deve-se planejar e iniciar sua divulgação, promoção e publicidade o mais cedo possível.

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2017a) o Brasil foi em 2016 o país que mais sediou eventos na América do Sul, sendo 244 eventos realizados. Já no *ranking* mundial, o país esteve em 15º lugar em realizar eventos internacionais neste mesmo ano. (BRASIL, 2017a)

Em 2017 o Brasil continuou na liderança em eventos realizados na América do Sul, sediando 237 eventos. Em segunda colocação ficou a Argentina com 199 eventos realizados e na terceira colocação o México, realizando 198 eventos internacionais. (IGUASSU, 2018)

Diante disso, segundo o International Congress and Convention Association (Associação Internacional de Congressos e Convenções – ICCA) no ano de 2017, São Paulo foi a cidade que mais sediou eventos internacionais no Brasil, sendo um total de 55 eventos realizados e, logo atrás, ficam as cidades de Rio de Janeiro (48

eventos), Florianópolis e Foz do Iguaçu (15 eventos cada), além de outros destinos que por fim totalizam em 237 eventos realizados no ano de 2017. (UBRAFE, 2018)

Neste mesmo ano, 2017, um levantamento feito pela Visite São Paulo<sup>1</sup>, ocorreram na capital paulista “41 novos eventos captados, com um público de 105 mil participantes, movimentando cerca de R\$ 68,1 milhões.” (REVISTA HOTÉIS, 2018). No ano de 2013, ainda de acordo com o ICCA, os 315 eventos internacionais realizados no Brasil, trouxeram cerca de 126 mil visitantes estrangeiros, gerando um fluxo de US\$ 137 milhões (EMBRATUR, 2014). Em comparação, uma pesquisa feita pelo Observatório de Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, mostra que o Brasil sediou 590 mil eventos em 2013, contando com um total de “202,2 milhões de pessoas, que gastaram, em média, R\$ 161,80 por dia, somando gastos anuais de R\$ 99,3 bilhões.” (EMBRATUR, 2014)

Nas abordagens apresentadas sobre eventos, será necessário o entendimento quanto a algumas tipologias de eventos, relacionados com o objeto de estudo desta pesquisa.

## 2.2 TIPOS DE EVENTOS

De acordo com Giacaglia (2006), há inúmeras possibilidades de realizar eventos capazes de atender a cada um dos objetivos mais específicos e complexos de qualquer empresa, independentemente de seu porte, verba disponível, produto/serviço comercializado, estrutura de marketing e outras características. Ainda para a autora, os diversos tipos de eventos que uma empresa organiza, patrocina ou participa, podem ser classificados de acordo com critérios; quanto à finalidade, à periodicidade, à área de abrangência, ao âmbito, ao público-alvo e/ou ao nível de participação. Desta forma, são considerados eventos comerciais, políticos, sociais, esportivos, gastronômicos, culturais, técnicos, turísticos etc. Nesta concepção, cada uma dessas tipologias apresenta eventos específicos, tendo como exemplo feiras, congressos, eventos sociais, formaturas, casamento, inauguração, exposição, carnaval, entre outros. (ZANELLA, 2003)

---

<sup>1</sup> A **Visite São Paulo** é uma entidade sem fins lucrativos, que busca ampliar o volume de negócios e o mercado de consumo na cidade, por meio da atividade turística, apoiando a melhoria dos serviços e atendimento aos visitantes. (VISITE SÃO PAULO, 2018)

Os eventos “são apresentados sob diversos tipos ou modalidades de acordo com sua natureza, fato gerador, objetivos, qualificação ou nível dos participantes, amplitude, área, local, etc.”. (ZANELLA, 2003, p. 19)

Os eventos são classificados em eventos abertos e fechados. Os eventos fechados, segundo Martin (2003), são aqueles que têm apenas um grupo restrito participante e/ou tem um público controlado, ou seja, é possível ter uma listagem fechada de todos os que estarão presentes. Já os eventos abertos não se têm um controle da quantidade de participantes e cada um deles paga sua própria despesa, como hospedagem, alimentação e/ou transporte. Pode ser citado como um evento fechado a São Paulo Fashion Week, um evento ligado a moda e que em 2012 recebeu uma grande parte de visitantes do gênero feminino na sua 32ª edição (TURISMO, 2012). Ressalta-se que esse gênero é o que mais faz compras (SPC, s/d).

No caso da Feira de Malhas, refere-se a um evento aberto, pois não possui quantidade certa de visitantes. Este evento também trata-se de comercialização de produtos, desta forma, torna-se um evento de negócios. Para melhor entendimento, segue alguns estudos sobre eventos de negócios.

### 2.2.1 Eventos de Negócios

Britto e Fontes (2002) explicam que para ser considerado evento de negócio é necessário pelo menos um destes objetivos:

- a) Aperfeiçoamento cultural, científico, técnico ou profissional dos participantes;
- b) Divulgação ou o intercâmbio de experiências e técnicas pertinentes a determinada atividade profissional ou a determinada área de conhecimento;
- c) Congraçamento profissional e social dos participantes.

Com isso,

[...], tanto as feiras como as exposições funcionam como vitrine de uma temática especial de diferentes empresas que, durante um período limitado de tempo e em um espaço determinado e organizado para tal fim, os **visitantes** percorrem corredores (ou ruas) e conhecem os produtos ou serviços expostos. (EVENTBRITE, 2012, s/p)

Eventos de negócios têm características de venda de serviços ou produtos que são expostos aos seus visitantes, como exemplo de uma feira que comercializa

produtos aos seus compradores. Sendo assim, esses eventos “demonstram seus produtos e serviços e também podem comercializá-los com o consumidor. Normalmente, esses eventos contam com um público mais especializado e o objetivo é gerar possibilidades de negócios.”. (EVENTBRITE, 2012, s/p).

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2006, p. 46) o turismo de negócios e eventos “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.”. Andrade (2002) afirma que o turismo de negócios e eventos no Brasil registra um aumento significativo por motivo da abertura econômica, que com isso estimula o interesse de investidores estrangeiros. Assim, segundo uma notícia publicada no portal eletrônico do Ministério do Turismo (BRASIL, 2017b) compreende-se que as áreas que mais geram renda com o turismo de negócios são a de hospedagem, alimentação, transporte e a de lazer, além de gerar empregos e amenizar a sazonalidade em períodos entre férias escolares e temporadas de verão, épocas onde ocorrem mais viagens no País.

Esse fenômeno, “é o que mais gera o maior tempo de permanência média de turistas e mais divisas gera para os destinos.”. (ANDRADE, 2002, p. 33)

As feiras são um dos exemplos citados como um evento de negócio, pois geralmente este tipo de atividade trata-se da comercialização e amostras de produtos e serviços. Para melhor compreensão será tratado no próximo item sobre eventos de feiras.

### 2.2.2 Eventos de Feiras

A história das feiras comerciais no Brasil iniciou no ano de 1958 com a Fenit, Feira Nacional da Indústria Têxtil (MARTIN, 2003). Este tipo de evento é “utilizado quando se deseja atrair grande número de consumidores a um único local para lhes apresentar produtos e serviços de maneira bastante atraente e motivadora, induzindo-os à compra imediata”. (GIACAGLIA, 2006, p. 42-43)

Segundo Matias (2004, p. 80), a feira é uma “exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços.”.

A realização das feiras, em muitos casos, tem como objetivo de vendas e estão relacionadas a questões econômicas. Sendo assim, Zanella (2003) acrescenta

que os eventos geram importância e contribuições para a atividade econômica, tais como:

- a) Estimular e consolidar contatos comerciais e lançamento de produtos e serviços por meio de feiras e *workshops* com aplicação de técnicas especiais de marketing;
- b) Incrementar a arrecadação de impostos e tributos em virtude do desenvolvimento das vendas e da atividade econômica em geral;
- c) Estimular iniciativas e investimentos para a instalação, ampliação e/ou construção de centros de eventos, convenções e negócios (*business center*);
- d) Divulgar e consolidar a imagem favorável da localidade-sede e das entidades e empresas que participam do evento;
- e) Proporcionar a geração de novos empregos e o aproveitamento da mão-de-obra local; e
- f) Contribuir para a melhoria dos serviços de infraestrutura da localidade-sede, beneficiando a comunidade.

Andrade (2002, p. 89) aponta que as feiras “[...], criam um intercâmbio proveitoso entre produção e comércio, divulgando acentuadamente os produtos e serviços para compradores atraídos à amostra.”

Os eventos de feiras “[...], sustentado por uma adequada avaliação de seu objetivo, se constitui em um *produto*, cuja *venda* (realização) pode gerar movimentação social e/ou econômica, resultando em benefícios consideráveis.” (ANDRADE, 2002, p. 152). Logo, pode ser entendido que os eventos de feiras movem o ambiente socioeconômico do local onde está sendo realizada, além de trazer vantagens como a exposição de empresas e de seus produtos para os seus visitantes.

Buendía (1991, *apud* MATIAS, 2004, p. 81) afirma que as feiras são subdivididas em promocionais, industriais e comerciais. Andrade (2002) acrescenta que muitas vezes os eventos de feiras acontecem em locais descobertos e públicos, no qual comercializam seus produtos e reúne compradores, vendedores, financiadores e fomentadores, tendo como objetivo a comercialização e não possibilitar um contato com seus consumidores.

Para concluir o assunto sobre este tipo evento, Zanella (2003, p. 24) ressalta que os eventos de feira “poderão exigir a montagem de instalações especiais e a

utilização de ampla área de ocupação e movimentação, além da montagem de estandes”.

Nesta linha de ideias, é indicado no Manual de Feiras e Exposições (SEBRAE, s/d) que esse tipo de evento deve contar com,

[...], serviços de secretaria eficientes, instalações sanitárias adequadas, higienizadas e permanentemente revisadas, serviço de telefone público, serviço de alimentação, serviço de som e de utilidade pública, serviço de primeiros socorros, centro de atendimento ao expositor, depósito controlado e, ainda, instalações elétricas, hidráulicas, de incêndio e de comunicação adequadas, testadas e controladas. (SEBRAE, s/d)

Com isto, nota-se que há vários itens a serem verificados para a execução de uma feira.

Sobre as feiras no Brasil, conforme o portal eletrônico da Panrotas, em 2017 a região Sul foi a segunda que mais sediou eventos deste tipo, perdendo apenas para a região Sudeste, sendo que São Paulo o estado que mais promove eventos ligados a este setor, além de que, no ano de 2017 o país deve ter realizado mais de 2 mil feiras. (PANROTAS, 2017)

No seguinte item, é abordado questões a respeito de infraestrutura e serviços em eventos, pois as feiras, quando bem planejadas, necessitam de boa infraestrutura e serviços para atender bem seus visitantes.

## 2.3 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

### 2.3.1 Importância da infraestrutura em eventos de negócios

Martin (2003) destaca a importância de ter conhecimento e entender sobre infraestrutura de um evento, seja este o segmento de evento que for e aponta que a infraestrutura pode se dividir em duas partes: interna e externa. A infraestrutura interna é a parte logística e operacional para a realização do evento, composta por equipamentos e mobiliário; limpeza e segurança; alimentos e bebidas; entre outras. Já a infraestrutura externa se trata dos meios de hospedagem e dos transportes locais, por exemplo. Com relação aos aspectos teóricos abordados sobre eventos, há muito que se discutir a partir de autores que estudam a área.



O local onde será realizado um evento deverá ser escolhido corretamente, pois é um ponto fundamental para que o evento obtenha sucesso. Esse local não se trata apenas do espaço físico, mas também, a posição geográfica em que está localizado, ou seja, a cidade que sediará o encontro (MATIAS, 2004). Sendo assim, segundo Matias (2004, p. 115), em relação à área geográfica, devem ser analisados aspectos como:

- a) Facilidades de acesso (aéreo, terrestre e hidroviário);
- b) Condições turísticas;
- c) Infraestrutura de hospedagem e alimentação;
- d) Concentração de público-alvo;
- e) Preços dos serviços turísticos que serão utilizados; e
- f) Existência ou interesse de patrocinadores potenciais.

Já com relação ao espaço físico, a autora descreve que devem ser analisados aspectos como:

- a) Capacidade para acomodar a totalidade de participantes e com infraestrutura adequada, inclusive com acesso para deficientes físicos;
- b) Espaço para expositores;
- c) Imagem do local e sua consequência sobre a própria imagem do evento;
- d) Facilidade de acesso entre o local do evento e os meios de hospedagem, aeroportos e rodoviárias;
- e) Área de estacionamento compatível com a capacidade do local;
- f) Boas condições de funcionamento de água, luz, telefone e recolhimento de lixo; e
- g) Condições e dimensionamento do local de vendas de ingressos, sanitários e área de alimentação. (MATIAS, 2004, p. 115)

Portanto, “deve ser feita a análise da capacidade de ocupação e a simulação de movimentação dos participantes, bem como as condições e facilidades para carga e descarga de materiais, equipamentos, móveis, etc. [...]”. (ZANELLA, 2003, p. 57)

A infraestrutura, de acordo com os autores mencionados neste trabalho, considera-se um dos aspectos fundamentais para a realização de um evento. Entretanto, para esta pesquisa entende-se que será compreendida a importância sobre infraestrutura e serviços ligados a temática do objeto de estudo desta pesquisa, a Feira de Malhas de Imbituva/PR.

### 2.3.2 Importância dos serviços em eventos de negócios

Ao contratar serviços para um evento, primeiramente deve ocorrer um processo de seleção, para saber quais serviços serão utilizados em um evento.

(MATIAS, 2004). Sendo assim, alguns serviços em eventos são terceirizados, ou seja, terceirização pode ser “tanto da ‘locação’ de materiais e equipamentos, mas, em especial, a substituição de colaboradores fixos por um grupo de trabalho externo e temporário.” (VIOLIN et al., 2014).

Para Rios (2010) terceirização é o “ato ou efeito de terceirizar”, ou seja, terceirizar é “contratar a outras empresas (no caso, terceiros) certos serviços ou trabalhos que fogem ao objetivo principal da empresa contratante.” (RIOS, 2010). No caso da Feira de Malhas, seu principal objetivo/serviço são as malharias. Itens como o de limpeza, segurança, alimentação, por exemplo, não condizem com o propósito do evento, porém esses elementos não deixam de ser importantes para a realização da Feira.

Conforme Violin et al. (2014), o vínculo da terceirização com o setor de eventos pode ser algo além de um simples contrato de prestação de serviços, ou seja, uma organização passa a estar ligada a outra em questões quanto a de resultados, percepção dos usuários e/ou consumidores finais sobre o que foi ofertado, além da possibilidade de recompra ou não, pois irá depender dos índices de satisfação do tripé empresa mãe, empresa de terceirização e consumidor final.

Há vários itens que compõem os serviços de um evento, porém, segundo Matias (2004), os principais itens e os mais utilizados são os de criação e arte (criação e *layout*<sup>2</sup>), *buffet*<sup>3</sup>, decoração, serviços elétricos, gráficos, fotográficos, de sonorização e iluminação, segurança, imprensa, montagem e instalações, entre outros.

Para o evento de feiras, deve-se contemplar uma infraestrutura e serviços de qualidade, ou seja, é necessário pensar em quem irá usufruir do local e quais serão os serviços a serem ofertados. De acordo com o Manual de Feiras e Exposições (SEBRAE, s/d) “[...] quando o mix de produtos e serviços apresentados não é diversificado, atraente e adequado à proposta da feira, mas, ao contrário, está fora da realidade ou das necessidades dos visitantes, a feira tende a não ser atraente [...]”.

---

<sup>2</sup> Layout: significa plano, arranjo, esquema, design, projeto. (SIGNIFICADOS, 2018)

<sup>3</sup> Buffet: Bufê [Do francês buffet] significa “mesa para servir iguarias, bebidas, etc., em casamentos, bailes, coquetéis e outras reuniões.” (FERREIRA, 2009)

Segundo Reisinger e Turner (2004, p. 176 *apud* MARUJO, 2015, p.40) a satisfação é “primeiramente referida como uma função das expectativas antes da viagem e das experiências pós-viagem”. Logo, se a experiência do visitante for boa durante o evento, conseqüentemente, ele ficará satisfeito com a visita.

Sendo assim, é importante ressaltar que em eventos de negócios/feiras, questões quanto ao espaço/local onde será realizado um evento e quanto aos serviços disponibilizados aos participantes, deverão ser muito bem analisados, para que a quem organiza o evento, consiga atingir maior satisfação aos seus usuários e que com isto o evento se torne um sucesso e consiga atrair cada vez mais visitantes.

Por fim, observa-se nesta fundamentação a importância de relacionar ideias de autores para melhor entendimento da temática, com o objetivo de deixar mais claro quanto à questão de eventos, infraestrutura, serviços e demais conteúdos.

### 3 OBJETO DE ESTUDO

#### 3.1 IMBITUVA

A cidade de Imbituva está localizada na região Centro Sul do estado do Paraná e tem cerca de 31.719 habitantes (IBGE, 2018a). Possui como municípios vizinhos Ponta Grossa, Irati, Prudentópolis, Teixeira Soares, Fernandes Pinheiro, Guamiranga e Ivaí.

Imbituva foi fundada oficialmente em 03 de maio de 1871, quando moradores do local, antigamente denominado como Pouso do Cupim, fizeram um mutirão para limpar o terreno, que havia cerca de duzentos alqueires, doado pelo Capitão Antônio Lourenço de Ávila, antigo tropeiro e um dos fundadores do local, para a construção da capela de Santo Antônio de Pádua. (STADLER, 2003)

A seguir é apresentada uma figura da localização do município no estado para melhor dimensionar sua posição geográfica.



Figura 01: Localização de Imbituva no mapa do Paraná.  
Fonte: Wikipédia (2017).

Imbituva possuía como fonte de renda a produção da erva mate e produtos alimentícios tais como queijo, fubá, farinha de milho, embutidos, entre outros.

Atualmente apresenta forte desenvolvimento econômico no setor madeireiro, na indústria de calçados e têxtil (malharias).

### 3.2 FEIRA DEMALHAS EM IMBITUVA/PR

Com relação às malharias, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná, FIEPR (2017), explica que este setor, teve início a partir de 1970, em razão de o município passar a perceber um aumento de instalações de malharias e, posteriormente, no decorrer dos anos, outras malharias foram surgindo na cidade. A percepção de que o setor se encontrava em expansão e de que as perspectivas eram viáveis neste mercado contribuiu para proprietários de outros negócios do município a investirem nesta atividade com relação ao evento de negócio correspondente a malharia (FIEPR, 2017).

A Feira de Malhas de Imbituva/PR teve início com uma moradora do município que apresentava forte liderança local e juntamente com a primeira dama da cidade realizaram uma visita ao município de Ibitinga no estado de São Paulo, por volta do ano de 1985, na Feira de Bordados sediada naquele município. (IPARDES, 2006).

Assim que retornaram à cidade de Imbituva, a moradora “iniciou um trabalho de convencimento do Prefeito e dos empresários locais acerca da necessidade e viabilidade de realizar uma Feira de Malhas em Imbituva [...]” (IPARDES, 2006, p.15) já que havia cerca de dez malharias instaladas na cidade. Com o apoio da Prefeitura e de onze empresários foi aprovada a realização da Primeira Feira de Malhas no município, e a partir desse evento, a cidade ficou conhecida como “Cidade das Malhas”. (IPARDES, 2006)

A primeira Feira foi realizada em 1985, porém não havia uma instituição responsável pela organização do evento. Somente em 26 de fevereiro de 1987 em Imbituva foi realizada a primeira reunião para a fundação da Associação das Malharias de Imbituva intitulada de Imbitumalhas (IMBITUVA, 1987). No ano da fundação, foi realizada a Terceira Feira de Malhas de Imbituva a qual ocorreu somente em dois dias (02 e 03 de maio de 1987) no Pavilhão da Igreja Matriz, local no qual não é mais utilizado para a realização do evento.

A Feira viabilizou a aproximação das empresas e a divulgação de Imbituva por meio da expressão "Cidade das Malhas", conhecida como um evento de negócio

(FIEPR 2017). Assim, a cada ano aumentava o número de malharias no município. “À medida que se ampliou o número de empresas e a cidade adquiriu reputação como área produtora de malhas, surgiu e se intensificou o turismo de compras o que consolidou o comércio atacadista local [...]”. (HOFFMANN; LINS, 2002 *apud* IPARDES, 2006, pp. 15-16)

“A partir da década de 1990, [...] desencadeou-se uma crise no setor têxtil/vestuário no País, atingindo também as malharias de Imbituva.”. (IPARDES, 2006, p. 16)

Nesta época, inicia-se um processo de reestruturação das empresas da região com a aquisição, por uma das empresas do Arranjo Produtivo Local - APL, da primeira máquina de tecelagem computadorizada. Essa máquina passou a ser o sonho de consumo dos empresários locais. Atualmente há cerca de 35 equipamentos desse tipo no APL, e os estabelecimentos que não detêm essa tecnologia perdem, sobremaneira, em produtividade e competitividade. (IPARDES, 2006, p.16)

De acordo com as edições do evento, as malharias procuram inovar na confecção de vestuário para aumentar as vendas. Mas, não são somente as malharias, pois os organizadores também pensam na criatividade quanto a organizar a Feira de Malhas do município de Imbituva/PR, para atrair cada vez mais clientes.

As malharias são consideradas um setor importante para a economia do município de Imbituva/PR, sobretudo, para o emprego da mão-de-obra feminina, uma vez que 93% dos postos de trabalho nesta área são ocupados por mulheres. (FIEPR, 2017).

Segundo o Presidente da Feira de Malhas, Verli Antônio Moleta, em 2017 a Feira de Malhas foi organizada pela Associação das Malharias, que é composta por presidente, vice-presidente, dois tesoureiros e dois secretários. A partir do mês de junho/julho, a diretoria da Associação das Malharias começa a preparar a organização da feira do próximo ano, período no qual a diretoria passa a fazer contatos, verificar datas, analisar como será realizada a feira, se irá ser contratada uma agência de marketing para a divulgação e *layout* da Feira, fechar contrato com rádios e televisão. Todos os serviços são contratados/terceirizados, porém ele destaca que possui apoio da Prefeitura de Imbituva e de alguns patrocinadores.

A indústria do vestuário de Imbituva é constituída por vinte e quatro empresas, gerando empregos diretos que desenvolvem roupas de malhas, principalmente de inverno. Vale salientar que participam do evento somente vinte e

duas empresas, pois as outras duas estão localizadas ao lado do pavilhão onde ocorre a Feira; por este motivo, essas malharias não tem seus estandes dentro do evento. O Evento, atualmente realizado no Pavilhão Francisco Barros, localiza-se na Avenida Centenário, número 1237, na entrada da cidade, como pode ser verificado na figura 02 a seguir:



Figura 02: Localização do pavilhão onde é realizado a Feira de Malhas.  
Fonte: adaptado do Google (GOOGLE EARTH, 2018)

A figura acima representa uma visão mais ampla, pois mostra a localização exata do pavilhão onde ocorre o evento. Já a figura 03, seguinte, mostra a fachada do pavilhão da Feira de Malhas realizada no ano de 2017.



Figura 03: Fachada do evento de negócios Feira de Malhas.  
Fonte: Acervo do autor (2017)

Para esta pesquisa entende-se que foi compreendida a importância sobre a temática ligada ao objeto de estudo, o Evento Feira de Malhas de Imbituva/Pr. Sendo assim, será descrito no próximo item os resultados deste trabalho.



## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA DA FEIRA DE MALHAS DISPONIBILIZADOS AOS VISITANTES NO ANO DE 2017

O evento em 2017 ofereceu vinte e duas malharias participantes. Cada malharia possuía um estande dentro do Pavilhão onde é realizada a feira, como exemplificam as figuras 04 e 05, a seguir.



Figura 04 e 05, respectivamente: estandes das malharias no evento Feira de Malhas do município de Imbituva/PR – Área Interna

Fonte: Acervo do autor (2017)

Com relação às figuras 04 e 05, respectivamente, mostram estandes de duas malharias na Feira de Malhas de 2017. Com exceção das malharias, também foram ofertados serviços de alimentação como são demonstrados as figuras 06 e 07, a seguir.

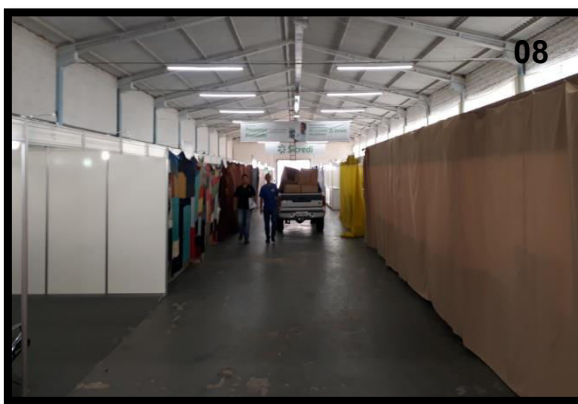


Figura 06 e 07, respectivamente: Praça de alimentação no evento Feira de Malhas do município de Imbituva/PR – Área Interna

Fonte: Acervo do autor (2017)

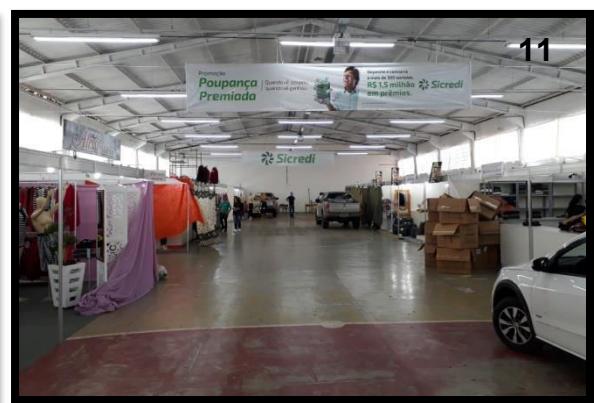
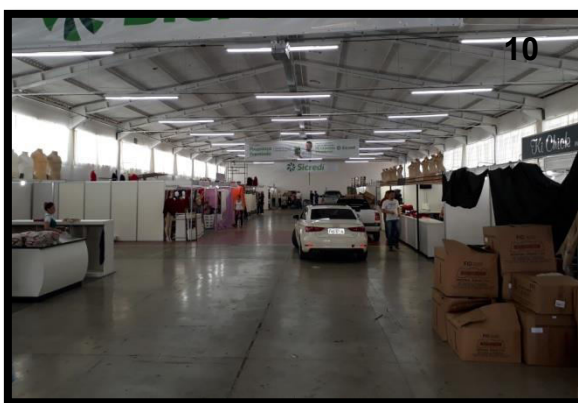
A figura 06 indica o espaço destinado a praça de alimentação ainda em organização e, por conseguinte, a figura 07 representa o espaço já montado para os visitantes da Feira de Malhas no ano de 2017. Além destes serviços, foram oferecidos dois banheiros, um estande da secretaria de saúde do município e um da secretaria da Associação das Malharias, estacionamento, segurança e serviços de limpeza.

Para melhor dimensionar o entendimento quanto a infraestrutura do evento, a seguir têm-se imagens dos pavilhões utilizados para a realização da Feira de Malhas.



Imagens 08 e 09, respectivamente: Pavilhão 01 do Evento Feira de Malhas do município de Imbituva/Pr – Área Interna  
Fonte: Acervo do autor (2017)

As imagens 08 e 09 acima representam o pavilhão 01, sendo que a imagem 08 condiz ao espaço ainda em organização e a imagem 09 corresponde ao evento já em andamento, como também configura-se neste local a entrada principal do evento. As imagens posteriores, também demonstram a infraestrutura do evento.



Imagens 10 e 11, respectivamente: Pavilhão 02 do Evento Feira de Malhas do município de Imbituva/Pr – Área Interna  
Fonte: Acervo do autor (2017)

Com relação às imagens 10 e 11, respectivamente, demonstram o pavilhão 02 ainda no momento da organização. São nestes 02 pavilhões que se encontram os estandes das malharias no evento. Além desta infraestrutura, os serviços apresentados anteriormente estão em consonância com o Manual de Feiras e Exposições (SEBRAE, s/d) quando destaca que esse tipo de evento deve contar com itens como, por exemplo, serviço de alimentação, instalações elétricas e sanitárias, serviço de primeiros socorros, entre outros. Sendo assim, os visitantes destes eventos se sentirão mais cômodos ao visitar o local do evento, satisfazendo assim, suas necessidades como consumidor.

Para maior entendimento sobre estes visitantes, no item 4.2 a seguir constam informações coletadas a partir do questionário aplicado no ano de 2017.

#### 4.2 DEMANDA NA FEIRA DE MALHAS NO ANO DE 2017

Nesta unidade é apresentado o resultado sobre a demanda do evento, sendo que os dados foram obtidos a partir de questionários respondidos pelos visitantes da Feira de Malhas de Imituva entre os dias 21 de abril a 03 de maio de 2017 onde foi alcançado um total de 157 questionários.

Com relação ao gênero dos respondentes, tem-se as seguintes respostas:

Tabela 01. Gênero dos visitantes

<b>Gênero</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Masculino	81	52%
Feminino	76	48%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

De acordo com a tabela 01, notou-se que a maior parte dos respondentes foi do gênero masculino (52%), porém, na feira foi observado que a maioria dos visitantes era do gênero feminino. Com isso, relaciona-se à pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, s/d) na qual afirma que as mulheres tendem a fazer mais compras em comparação aos homens. Uma pesquisa elaborada pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo (TURISMO, 2012) descreve que na 32ª edição da São Paulo Fashion Week (maior evento de moda do Brasil), que ocorreu em 2012, possuiu como maior público o gênero feminino (70,4%).

A seguir, foi verificado na tabela 02 que a maior parte dos entrevistados são casados (63%).

Tabela 02. Estado civil dos visitantes

<b>Estado civil</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Solteiro (a)	49	31%
Casado (a)	99	63%
Divorciado (a)	6	4%
Viúvo (a)	3	2%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Assim, percebeu-se que dos 81 respondentes do gênero masculino, 58 eram casados e que de 76 respondentes do gênero feminino, 41 eram casadas, totalizando, assim, 99 (63%) entrevistados casados. Também foi observado durante a pesquisa de campo e diretamente com os entrevistados, que as mulheres realizavam as compras, enquanto seus respectivos esposos/cônjuges às aguardavam na área de espera (lazer) até que finalizassem as compras. Esses dados também podem ser comparados com o estudo sobre o perfil do turista brasileiro, em que 62% deles são casados, sendo que grande parte possui filhos (ABRIL, 2011).

Na tabela 03 foi identificada a faixa etária dos visitantes da Feira. Esta questão foi dividida em quatro faixas de idade; até 18 anos, de 19 a 30 anos, de 31 a 50 e acima de 50 anos. Os resultados podem ser vistos na tabela 03.

Tabela 03. Faixa etária dos visitantes

<b>Faixa etária</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Até 18 anos	1	1%
De 19 a 30 anos	41	26%
De 31 a 50 anos	81	51%
Acima de 50 anos	34	22%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

A tabela 03 aponta que a maior parte dos entrevistados tem entre 31 a 50 anos, tratando-se assim de 51% dos entrevistados. De acordo com uma pesquisa sobre perfil dos turistas verificou-se que 34% dos entrevistados apresentaram idade entre 31 a 40 anos. (BORGES, 2012).

Notou-se que o público mais jovem não teve uma frequência relevante neste evento. Contudo, entende-se que a baixa demanda por este público na Feira de

Malhas, talvez seja pela questão de ser um evento de negócios e pelos organizadores não apresentarem atividades complementares, que pudessem fazer com que os jovens passassem a frequentar este evento.

Na sequência é apresentada na tabela 04, a profissão dos visitantes, a qual foi identificada 63 ocupações.

Tabela 04. Profissão dos visitantes

Profissão	Quantidade	Porcentagem (%)	Profissão	Quantidade	Porcentagem (%)
Professor (a)	14	9%	Consultor de Informática	1	1%
Aposentado (a)	13	8%	Consultor de Peças	1	1%
Do Lar	9	4%	Cooperada Sicredi	1	1%
Vendedor (a)	9	4%	Coordenador de Polos	1	1%
Estudante	8	3%	Corretora	1	1%
Comerciante	7	3%	Costureira	1	1%
Empresário (a)	7	3%	Dentista	1	1%
Funcionário (a) público (a)	7	3%	Design de Interiores	1	1%
Enfermeira	6	3%	Encarregada de Produção	1	1%
Bancário (a)	5	2%	Engenheira Civil	1	1%
Engenheiro	5	2%	Engenheiro Eletricista	1	1%
Agricultor	3	2%	Farmacêutica	1	1%
Advogado (a)	3	2%	Gerente de Armazém	1	1%
Auxiliar Administrativo	3	2%	Gerente Operacional	1	1%
Contador (a)	3	2%	Lavradora	1	1%
Administrador (a)	2	1%	Mecânico	1	1%
Analista de Sistemas	2	1%	Médico	1	1%
Engenheiro Agrônomo	2	1%	Operador	1	1%
Motorista	2	1%	Operador de Máquinas	1	1%
Pedagoga	2	1%	Padeiro	1	1%
Representante Comercial	2	1%	Pintor	1	1%
Técnico de Segurança em Trabalho	2	1%	Promotora de Eventos	1	1%
Agrônomo	1	1%	Psicóloga	1	1%
Analista de Manutenção	1	1%	Químico	1	1%
Analista Operacional	1	1%	Secretária	1	1%
Autônoma	1	1%	Serviços Gerais	1	1%
Auxiliar Contábil	1	1%	Supervisor Financeiro	1	1%
Auxiliar de Consultório Odontológico	1	1%	Supervisora de Tesouraria	1	1%
Auxiliar de Produção	1	1%	Tecedora de Lã	1	1%
Balconista	1	1%	Técnica Administrativa	1	1%
Biomédica	1	1%	Técnico Agrícola	1	1%
Consultor Comercial	1	1%			
			<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

De acordo com a tabela 4, verificou-se que os respondentes apresentavam um total de 63 profissões. Nesta análise identificou-se que os aposentados (8%) ficaram na segunda posição, ficando abaixo apenas da profissão de professor (9%). De acordo com uma pesquisa elaborada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015a) que pode estar relacionado à questão de pessoas idosas no turismo, relata que o público que mais viaja é o aposentado, pois possuem uma renda mais elevada e maior disponibilidade de viajar, ou seja, tem mais tempo livre para realizar este tipo de atividade.

Neste item, vale ser ressaltado que foi observado no evento, que há compradores atacadistas que visitam a Feira, porém, mesmo assim, notou-se que o evento recebe como maior público de compradores varejistas.

Na tabela 05 são apresentados os municípios de origem dos visitantes da feira de 2017, sendo um total de 28 cidades.

Tabela 05. Município de origem dos visitantes

<b>Município de origem</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Ponta Grossa	48	32%
Curitiba	23	12%
Castro	13	9%
Prudentópolis	10	7%
Imbituva	9	5%
Guarapuava	9	5%
Irati	9	5%
Palmeira	6	3%
São José dos Pinhais	3	2%
Campo Largo	3	2%
Guamiranga	2	1%
Rio Azul	2	1%
Telêmaco Borba	2	1%
União da Vitória	2	1%
Florianópolis - SC	2	1%
Joinville - SC	2	1%
São Matheus do Sul	1	1%
Lapa	1	1%
Canoinhas – SC	1	1%
Araucária	1	1%
Tibagi	1	1%
Ituverava – SP	1	1%
Santa Vitória do Palmar – RS	1	1%
Colombo	1	1%
Itapejara do Oeste	1	1%
Jaraguá do Sul	1	1%
Vaiporã	1	1%
Ivaí	1	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Constata-se na tabela 05 que a feira recebeu um público regional, sendo grande parte dos entrevistados (32%), proveniente do município de Ponta Grossa, além de cidades do entorno como Prudentópolis (7%), Ivaí (1%), Irati (5%), Palmeira (3%), entre outras. Para demonstrar estes municípios, podem ser verificadas na figura 8 seguinte, algumas dessas cidades, que estão sinalizadas em círculos amarelos.

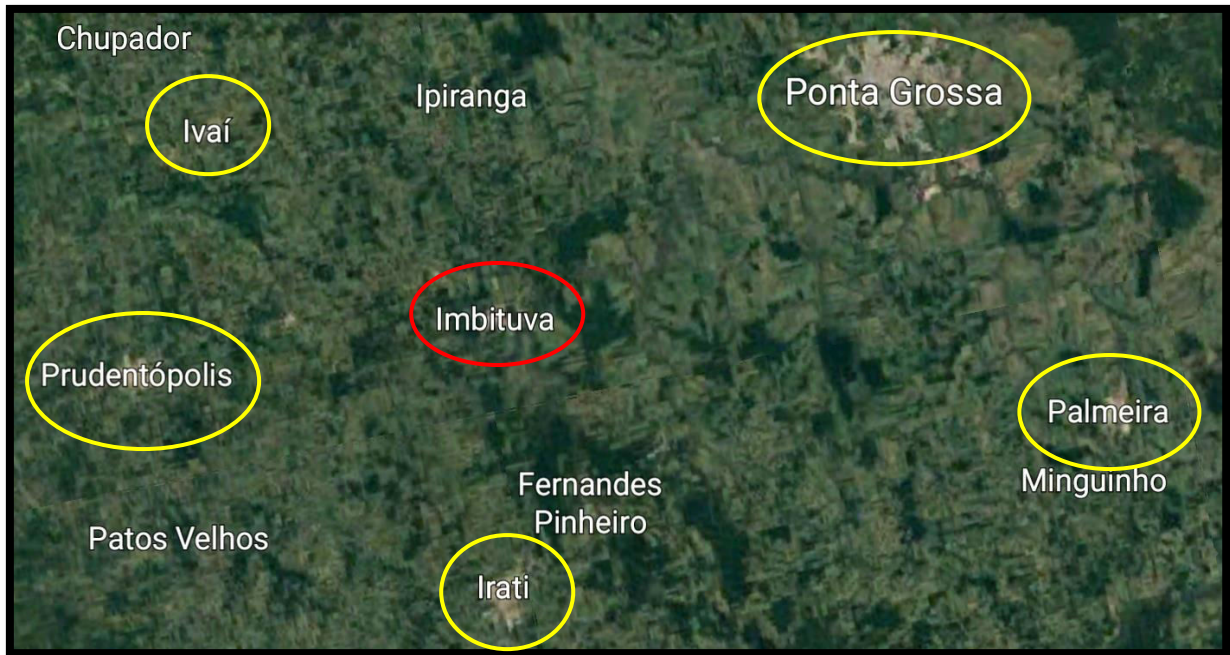


Figura 12: Cidades do entorno de Imbituva/PR  
 Fonte: adaptado do Google (GOOGLE EARTH, 2018)

Na tabela 06, foi verificada a renda dos visitantes, questão esta onde nem todos responderam, por se tratar de uma pergunta optativa aos entrevistados. Sendo assim, foram obtidas 113 respostas.

Tabela 06. Renda dos visitantes

Renda	Quantidade	Porcentagem (%)
Menos de R\$ 1.000,00	4	2%
De R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	21	13%
De R\$ 2.000,00 a R\$ 3.000,00	26	17%
De R\$ 3.000,00 a R\$ 4.000,00	20	13%
Outro valor	42	27%
Não responderam	44	28%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Conforme a tabela 06, 44 dos entrevistados (28%) optaram por não responder a questão sobre renda, mas 42 (27%) selecionaram a opção de outro valor, ou seja, provavelmente seja um valor acima das outras opções dadas nos questionários. No entanto, 26 (17%) têm como renda o valor entre R\$ 2.000,00 a R\$ 3.000,00. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018b) mostra que em 2017 a renda média do brasileiro foi de R\$1.268,00, sendo o salário mínimo brasileiro de R\$954,00 (SALÁRIO MÍNIMO, 2018). Já a renda média do estado do Paraná foi de R\$1.472,00 (IBGE, 2018b).

Verifica-se que a maioria dos entrevistados (27%) tem a renda acima da média brasileira, com isto, estes mesmos têm maior disponibilidade para gastar.

Na próxima tabela, consta-se a motivação dos visitantes da feira de Malhas.

Tabela 07. Motivo da visita

<b>Motivos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Compras	67	43%
Passeio	66	42%
Compras e Passeio	23	14%
Outros	1	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Foi questionado aos entrevistados qual foi o motivo da visita no evento. A grande maioria, 67 (43%) deles, estava motivada pelas compras, 66 (42%) estavam na Feira a passeio e 23 (14%) visitaram o evento tanto a passeio como a compras. Pode-se dizer, portanto que a Feira não oferece alternativas além das motivações de compras e passeio. Sendo assim, tanto o percentual relacionado a passeio quanto a de compras estão bem próximas, ou seja, a Feira não atrai um público específico com determinada motivação.

Após, foi analisado a quantidade de vezes em que os entrevistados já estiveram no evento.

Tabela 08. Quantidade de visitas feitas na feira

<b>Numero de visitas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
1 vez	55	35%
2 vezes	36	23%
3 vezes	18	11%
Mais de 3 vezes	48	31%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Percebe-se que a maior parte dos entrevistados (35%) estava visitando pela primeira vez. Ressalta-se, que 48 (31%) visitaram mais do que 3 vezes o evento. Mesmo que uma parte do público respondente já conhecia a feira, o evento atrai uma quantidade relativamente alta de novos visitantes, atraindo-se assim cada vez mais um público diversificado.

Com isto, foi verificada a quantidade de dias em que os visitantes permaneciam no município de Imbituva, que pode ser analisada na tabela abaixo.



Tabela 09. Dias de permanência na cidade

<b>Numero de dias</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
1 dia	138	88%
2 dias	03	2%
3 dias ou mais	07	4%
Residente do município	09	6%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Indica-se na tabela 09 que maior parte (88%) dos entrevistados permaneceu na cidade de Imbituva somente no dia em que estavam visitando o evento. Distingue-se apenas 09 (6%) dos entrevistados, pois eram residentes do município. Vê-se que 138 dos visitantes não permanecem mais do que um dia em Imbituva. Por esta questão, foi indagado aos entrevistados se eles frequentavam somente a Feira ou se visitavam outros locais da cidade. Sendo assim, mostra-se na tabela 10 se os entrevistados visitavam outros lugares da cidade além da Feira de Malhas.

Tabela 10. Visitas na cidade

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sim	100	64%
Não	48	30%
Residente	09	6%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Dos 157 entrevistados, 100 (64%) destes, afirmaram que visitaram/visitariam outros locais além da Feira de Malhas, sendo lugares como: igrejas, restaurantes, Off Road (evento de Jeep que ocorreu na cidade), lojas, casa de parentes e/ou amigos, entre outros. Observa-se então, que a maioria dos participantes não visitou a cidade de Imbituva e o que os atraiu ao município foi o evento.

Então, é descrito na tabela 11 a seguir, o meio de transporte que os visitantes utilizaram para chegarem até o local do evento.

Tabela 11. Transporte utilizado para chegar na feira

<b>Tipo de transporte</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Automóvel próprio	146	93%
Automóvel alugado	07	5%
Moto	02	1%
Ônibus	02	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Constata-se que na tabela 11 que quase todos (93%) os entrevistados utilizaram automóveis próprios para chegarem ao evento. É fundamental pensar em uma boa estrutura de estacionamento, pois é o espaço que o visitante necessita, já que utiliza carro para chegar ao local.

Com isto, uma pesquisa elaborada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015b) indica que grande parte (64,7%) dos entrevistados de Porto Alegre que pretenderam viajar em 2015, poderiam usar o carro como forma de deslocamento.

A partir do contexto analisado sobre o perfil de quem visitou a feira de negócios no ano de 2017, nas tabelas de 12 a 14, são apresentadas se as necessidades dos visitantes como consumidores foram atendidas, se estes indicariam o evento a outras pessoas e também foi questionado aos entrevistados que apontassem sugestões para melhoria do evento.

#### 4.3 SUGESTÃO DOS VISITANTES

Após verificar os serviços, a infraestrutura e o perfil dos visitantes da Feira de Malhas, identifica-se na tabela 12, se os visitantes questionados tiveram suas necessidades como consumidor atendidas.

Tabela 12. Necessidades atendidas dos visitantes

<b>Opções</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sim	144	92%
Não	13	8%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Das opções expostas 92% dos entrevistados afirmaram estarem satisfeitos com o evento e apenas 13 (8%) não tiveram suas necessidades atendidas.

Além de a maioria dos visitantes terem suas necessidades atendidas, foi questionado se eles indicariam o evento para outras pessoas, como nota-se na tabela 13 a seguir.

Tabela 13. Indicações da feira

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sim	156	99%
Não	01	1%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Identifica-se na tabela 13, que de quase todos os entrevistados apenas 1 (1%) não indicaria a feira para outras pessoas, porém, como está apontado a grande maioria (99%) indicaria a feira. Notou-se em comparação das tabelas 12 e 13 e analisando os questionários, que mesmo que 13 visitantes não tiveram suas necessidades atendidas, apenas 1 deles não recomenda o evento. Sendo assim, entende-se que os pontos positivos se sobressaíram aos negativos na Feira, o que torna o evento relativamente agradável a quem participa.

Grande parte fez recomendações para contribuir com o evento, pois os respondentes foram questionados se haveria alguma sugestão para a melhoria da Feira. Estas sugestões estão demonstradas na tabela 14 a seguir.

Tabela 14. Sugestões dos visitantes

<b>Sugestões</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Nenhuma sugestão	58	34%
Mais Opções de Alimentação	30	18%
Melhorar o estacionamento	13	8%
Espaço kids	11	6%
Aumentar o espaço da feira	8	4%
Melhorar os provadores e espelhos	6	4%
Mais opções de lojas	5	3%
Mais opções de entretenimento	3	2%
Melhorar/aumentar a divulgação	3	2%
Melhorar o atendimento	3	2%
Aumentar os espaços dos estandes	2	1%
Bancos mais confortáveis	2	1%
Colocar lojas de produtos variados	2	1%
Mais banheiros	2	1%
Mais placas indicativas	2	1%
Variedades em tamanhos das roupas	2	1%
Vender calças e meias de lã	2	1%
Baixar o preço por ser uma feira	1	1%
Cafezinho nas lojas	1	1%
Colocar os preços nas roupas	1	1%
Colocar máquina de cartão na praça de alimentação	1	1%
Convênio com empresas turísticas	1	1%
Desfile simples	1	1%
Diversificar os preços	1	1%
Lojas com malhas para animais e bebês	1	1%
Mais roupas masculinas	1	1%
Mais descontos nas malharias	1	1%
Mais variedades em roupas	1	1%
Manequim vivo todo dia	1	1%
Melhorar a estrutura e visual do pavilhão	1	1%
Melhorar a organização	1	1%
Melhorar a rodovia de acesso	1	1%
Melhorar a ventilação	1	1%
Mudar o estilo dos estandes	1	1%
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2018)

Verifica-se que 58 dos respondentes (34%) não tiveram nenhuma sugestão para com o evento e que 99 (66%) deram sugestões, tais como mais opções de alimentação (18%) que constou o maior número de sugestões, mais opções de entretenimento (2%), melhorar o estacionamento (8%), aumentar o espaço da feira (4%), acrescentar um espaço para crianças (6%), entre outros, que podem ser observados na tabela 08. A questão do estacionamento relaciona-se com a tabela 11, pois a maior parte dos entrevistados utilizou automóveis próprios, sendo assim, um bom espaço e organização de um estacionamento é fundamental para o evento. O levantamento sobre o espaço kids (6%) pode-se trazer mais conforto aos participantes que estão visitando o evento com crianças, pois enquanto as crianças se distraem nesse espaço, seus responsáveis terão mais comodidade no momento de suas compras. Outro ponto a ser destacado, apesar de ser uma sugestão de um único participante, é a de um “desfile simples”, pois corresponde-se como uma forma de entretenimento aos seus visitantes, sendo esta outra sugestão colocada pelos respondentes (2%) além de mostrar as malharias e malhas que estão sendo comercializadas no evento.

Concluiu-se que a quantidade de sugestões se deu em um número maior do que a quantidade de questionários aplicados, pois alguns entrevistados informaram mais de uma sugestão.

Espera-se que com estas informações obtidas, haja futuramente melhorias no evento para maior satisfação de seus visitantes.

Após a observação, sugere-se melhorias de pontos como; alimentação, espaço, estacionamento e meios de entretenimento do público, pois acredita que estes são questões fundamentais para melhor satisfação dos visitantes de um evento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A área de eventos é um setor amplo, pois como este trabalho relata, há vários tipos e formas de organizar um evento. Diante desta temática, foi analisado se a infraestrutura e serviços oferecidos na Feira de Malhas de Imbituva/PR atendeu as necessidades dos participantes do evento no ano de 2017, sendo este o objetivo principal deste trabalho. Para se alcançar este objetivo geral, traçaram-se três objetivos específicos complementares no qual os resultados podem ser visualizados abaixo.

O primeiro objetivo específico foi descrever os serviços e a infraestrutura do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva disponibilizados aos participantes no ano de 2017. Então, percebeu-se primeiramente que a Feira de Malhas foi realizada no Pavilhão Francisco Barros, um espaço apropriado para a realização do evento e ofertou serviços como os estandes das malharias, banheiros, estande da secretaria de saúde do município e da secretaria da Associação das Malharias, estacionamento, segurança e serviços de limpeza.

Já o segundo objetivo específico constituiu em verificar a demanda do evento de negócios Feira de Malhas do município de Imbituva no ano de 2017. Com isso, foi possível observar que o perfil da demanda do evento Feira de Malhas de Imbituva no ano de 2017, foi em maioria um público adulto com idade entre 31 a 50 anos, composto em sua maior parte por homens (52%) que visitaram o evento, acompanhados de suas respectivas cônjuges, para compras, onde foi observado que a maioria são professores (9%) e aposentados (8%), provenientes de cidades vizinhas e cidades do Paraná, ou seja, um público regional e estadual, que por sua vez, utilizaram automóveis próprios (93%) para chegar ao evento e que permaneceram pelo menos um dia no município.

O terceiro e último objetivo específico tratou-se de identificar junto aos participantes da Feira novos serviços e infraestruturas que melhor atendam suas demandas. Assim, com a infraestrutura e serviços ofertados na Feira de Malhas de 2017, muitos participantes tiveram suas necessidades como consumidor atendidas e apenas 1 dos 157 entrevistados não indica a Feira a outras pessoas, além de que os respondentes contribuíram com sugestões para a melhoria das próximas Feiras de Malhas a serem sediadas no município de Imbituva tais como a melhoria de opções de alimentação e entretenimento, estacionamento, espaço do evento, entre outros.

Sendo assim, após verificar os objetivos concluídos, grande parte dos entrevistados (92%), visitantes da Feira de Malhas de 2017, teve suas necessidades atendidas, quanto à infraestrutura e serviços prestados no evento, correspondendo assim, com a problemática e objetivo geral desta pesquisa.

Ao fim deste estudo, o pesquisador concluiu que o evento necessita de algumas inovações e melhorias para melhor atender suas futuras demandas, fazendo-se assim com que o evento se fortaleça e contribua cada vez mais economicamente com o município. Para futuros estudos, tanto elaborados por alunos quanto pela prefeitura, sugere-se que este trabalho seja ampliado e/ou mantenha uma continuidade, sendo estudado se houve alguma melhoria depois do ano desta pesquisa e quais as opiniões dos visitantes sobre o evento decorrente do ano da pesquisa. Este estudo poderá ser de grande importância aos organizadores do evento e a prefeitura, pois nunca houve uma produção acadêmica elaborada parecida com esta.

Por fim, este trabalho contribuiu para a formação do pesquisador e também em aprimorar o conhecimento sobre a cidade e o evento em questão, além de que a partir do desenvolvimento desta pesquisa, permitiu que todos os objetivos propostos neste trabalho, assim como o levantamento do problema, fossem respondidos.

## REFERÊNCIAS

ABRIL, Editora. **Viagem e turismo**. 2011. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/pesquisa-inedita-da-viagem-e-turismo-traca-perfil-do-turista-brasileiro/>. Acesso em 08/04/2018.

ALBUQUERQUE, Soraya Souza de. **Turismo de eventos: A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. 2004. Disponível em: [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004\\_SorayaSousaAlbuquerque.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004_SorayaSousaAlbuquerque.pdf). Acesso em: 13/09/2017.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. 2 ed. São Paulo: EDUCS, 2002.

ALLEN, Johnny; O'TOOLE, William; MCDONNELL, Ian; HARRIS, Robert. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégia para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2002.

BORGES, Marta Poggi e. **O perfil do turista brasileiro**. 2012. Disponível em: <http://agentenoturismo.com.br/o-perfil-do-turista-brasileiro/>. Acesso em: 08/04/2018.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Brasil mantém liderança na realização de eventos na América do Sul**. 2017a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7757-brasil-mant%C3%A9m-lideran%C3%A7a-na-realiza%C3%A7%C3%A3o-de-eventos-na-am%C3%A9rica-do-sul.html>. Acesso em: 16/04/2018

\_\_\_\_\_. **Turismo de eventos lucra com feiras em 2017**. 2017b. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7470-turismo-de-eventos-lucra-com-feiras-de-neg%C3%B3cios-em-2017.html>. Acesso em: 15/04/2018.

\_\_\_\_\_. **Idosos formam o público mais disposto a viajar nos próximos meses**. 2015a. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/10/idosos-formam-o-publico-mais-disposto-a-viajar-nos-proximos-meses>. Acesso em: 19/04/2018

\_\_\_\_\_. **Carro deve ser o meio de transporte mais utilizado por turistas de Porto Alegre para viagens**. 2015b. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5783-carro-deve-ser-o-meio-de-transporte-mais-utilizado-por-turistas-de-porto-alegre-para-viagens.html>. Acesso em: 23/04/2018.

CESCA, Cleuza Gertrude Gimenes. **Organização de eventos**. São Paulo: Summus, 1997.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas, SP: Alínea, 2002.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro do Turismo. **Indústria de eventos movimentada mais de R\$ 200 bilhões por ano**. 2014. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Industria de eventos movimentada mais de R 200 bilhoes por ano.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Industria_de_eventos_movimentada_mais_de_R_200_bilhoes_por_ano.html)>. Acesso em: 25/04/2018

EVENTBRITE. **Feira e exposições**: entenda mais sobre este tipo de evento. 2012. Disponível em: <<https://www.eventbrite.com.br/blog/pre-evento/feiras-e-exposicoes-ds00/>>. Acesso em: 20/09/2017.

FERREIRA, Andreia. **Estudo do perfil da demanda da agência de viagem Fag Viagens e turismo do município de Irati/PR**. 2014. Disponível em: <[www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/ESTUDO-DO-PERFIL-DA-DEMANDA-DA-AGÊNCIA-DE-VIAGEM-FAG-VIAGENS-E-TURISMO-DO-MUNICÍPIO-DE-IRATI-PR.pdf?x64401](http://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/ESTUDO-DO-PERFIL-DA-DEMANDA-DA-AGÊNCIA-DE-VIAGEM-FAG-VIAGENS-E-TURISMO-DO-MUNICÍPIO-DE-IRATI-PR.pdf?x64401)>. Acesso em: 13/04/2018

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 4. ed. Curitiba, PR: Positivo, 2009.

FIEPR, Federação das Indústrias do Estado do Paraná. **Histórico do APL de Malhas de Imbituva**. Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/sindicatos/sinditextil/aplimbituva/FreeComponent2149content10188.shtml>>. Acesso em: 02/09/2017.

GOOGLE EARTH. **Imbituva**. 2018. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/>>. Acesso em: 19/04/2018.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos**: teoria e prática. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa sócia**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Imbituva**. 2018a. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/imbituva/panorama>>. Acesso em: 09/04/2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Renda média dos brasileiros**. 2018b. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/minhas-financas/consumo/noticia/7300547/renda-media-brasileiro-foi-268-2017-regiao-mais-rica-recebeu>>. Acesso em: 09/04/2018



IGUASSU, Convention & Visitors Bureau. **Foz do Iguaçu é a 3ª cidade brasileira que mais recebe eventos internacionais**. 2018. Disponível em: <<http://iguassu.com.br/foz-do-iguacu-e-a-3a-cidade-brasileira-que-mais-recebe-eventos-internacionais/>>. Acesso em: 28/05/2018

IMBITUVA, Prefeitura Municipal de. **História do município**. 2017. Disponível em: <<http://imbituva.pr.gov.br/index.php?sessao=b054603368ncb0&id=1546>>. Acesso em: 28/08/2017.

IMBITUVA, Livro de Atas da Associação das Malharias de. **Ata de numero 01**. Imbituva, 1987.

IPARDES, Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Arranjo produtivo local de malhas do município de Imbituva**: Estudo de caso. 2006. Disponível em: <[http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl\\_2006\\_malhas.pdf](http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl_2006_malhas.pdf)>. Acesso em: 28/08/2017.

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

MARUJO, Noemi. **Eventos turísticos e satisfação do turista**: o caso da festa do fim-do-ano na Ilha da Madeira. 2015. Disponível em: <<http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/viewFile/1680/906>>. Acesso em: 17/04/2018.

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

PANROTAS, Portal. **Brasil terá mais de 2 mil feiras e eventos em 2017**. 2017. Disponível em: <[http://v2.panrotas.com.br/viagens-corporativas/brasil/2017/01/brasil-tera-mais-de-2-mil-feiras-e-eventos-em-2017\\_143834.html?pesquisa](http://v2.panrotas.com.br/viagens-corporativas/brasil/2017/01/brasil-tera-mais-de-2-mil-feiras-e-eventos-em-2017_143834.html?pesquisa)>. Acesso em: 16/04/2018

REVISTA HOTÉIS. **Eventos realizados em São Paulo em 2017 movimentaram R\$68,1 milhões**. 2018. Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/eventos-realizados-em-sao-paulo-em-2017-movimentaram-r681-milhoes/>>. Acesso em: 29/05/2018.

RIOS, Dermival Ribeiro. **Minidicionário escolar da língua portuguesa**. São Paulo: DCL, 2010.

SALÁRIO MÍNIMO. **O valor do salário mínimo atual**. 2018. Disponível em: <[www.salariominimo.net.br](http://www.salariominimo.net.br)>. Acesso em: 23/04/2018.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Manual de feiras e exposições**. s/d. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/970D6384E11F2EA203257163006A88EB/\\$File/NT00032076.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/970D6384E11F2EA203257163006A88EB/$File/NT00032076.pdf)>. Acesso em: 14/04/2018.

SIGNIFICADOS. **Significado de layout**. 2018. Disponível em: <[www.significados.com.br/layout/](http://www.significados.com.br/layout/)>. Acesso em: 16/04/2018

STADLER, Cleusi T. B. **Imbituva** – uma cidade dos campos gerais. Imbituva, 2003

SPC, Serviço de Proteção ao Crédito. **Mulheres fazem mais compras emocionais do que os homens, aponta estudo do SPC Brasil**. s/d. Disponível em: <[www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/compras\\_por\\_impulso\\_genero\\_v3.pdf](http://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/compras_por_impulso_genero_v3.pdf)>. Acesso em: 08/04/2018

TURISMO, Observatório do. **São Paulo Fashion Week**. 2012. Disponível em: <[http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/spfw\\_2012.pdf](http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/spfw_2012.pdf)>. Acesso em: 14/04/2018

UBRAFE, União Brasileira dos Promotores de Feiras. **Ranking da ICCA destaca posição de São Paulo como principal destino no mercado de eventos**. 2018. Disponível em: <<http://www.ubrafe.org.br/noticias/detalhes/24444/ranking-da-icca-destaca-posicao-de-sao-paulo-como-principal-destino-no-mercado-de-eventos.php>>. Acesso em: 28/05/2018.

VIOLIN, Fábio Luciano; RIBEIRO, Renata Maria; BUSCIOLI, Roberson da Rocha; VIOLIN, André Luís; VIOLIN, Patrícia Koerich. **Terceirização no setor de eventos: análise contextual, perspectivas e formas de uso**. 2014. Disponível em: <[http://www.admpg.com.br/revista2014\\_1/Artigos/Artigo%204%20%20v.7%20n.1%202on%20line.pdf](http://www.admpg.com.br/revista2014_1/Artigos/Artigo%204%20%20v.7%20n.1%202on%20line.pdf)>. Acesso em: 03/06/2018.

VISITE SÃO PAULO. **Visite São Paulo - quem somos**. 2018. Disponível em: <<http://visitesaopaulo.com/quem-somos/>>. Acesso em: 29/05/2018.

WIKIPÉDIA, A inciclopédia livre. **Imbituva**. 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Imbituva>>. Acesso em: 15/11/2017

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.

## APÊNDICE

**APÊNDICE A****UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO****QUESTIONÁRIO - PERFIL DA DEMANDA**

Esta pesquisa na Feira de Malhas de 2017 no município de Imbituva/PR tem por objetivo coletar dados sobre a demanda na Feira de Malhas, no ano de 2017, para o Trabalho de Conclusão de Curso – TCC em Turismo - da UNICENTRO. Os resultados desse questionário serão agregados ao trabalho científico e apresentados perante a uma banca de professores do curso de Turismo – UNICENTRO, no ano de 2018.

## 1) GÊNERO:

( ) Masculino    ( ) Feminino

## 2) FAIXA ETÁRIA:

- ( ) Até 18 anos  
( ) De 19 a 30 anos  
( ) De 31 a 50 anos  
( ) Mais de 50 anos

## 3) ESTADO CIVIL:

- ( ) Solteiro(a)  
( ) Casado(a)  
( ) Divorciado(a)  
( ) Viúvo(a)

## 4) PROFISSÃO:

---

## 5) MUNICÍPIO DE ORIGEM:

---

## 6) SUA RENDA:

- Menos de R\$ 1.000,00
- De R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00
- De R\$ 2.000,00 a R\$ 3.000,00
- De R\$ 3.000,00 a R\$ 4.000,00
- Outro valor

## 7) MOTIVAÇÃO DA VIAGEM:

- Passeio       Compras

## 8) QUANTAS VEZES JÁ VISITOU A FEIRA:

- 1 vez
- 2 vezes
- 3 vezes
- Mais de 3 vezes

## 9) QUANTOS DIAS PERMANECERÁ NO MUNICÍPIO CASO NÃO RESIDA NO MESMO.

- 1 dia
- 2 dias
- 3 dias ou mais

## 10) QUAL O MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR A FEIRA DE MALHAS?

- Automóvel próprio;  Automóvel alugado;  Moto;  Ônibus

## 11) VOCÊ INDICARIA ESTA FEIRA A OUTRAS PESSOAS?

- Sim;  Não.

## 12) QUANDO VOCE VISITA A FEIRA, VOCÊ PERMANECE SOMENTE NA FEIRA OU PROCURA VISITAR OUTROS LOCAIS DE IMBITUVA?

- Sim;  Não.

- Quais locais: \_\_\_\_\_

13) OS SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA OFERECIDA NESTE EVENTO SÃO SUFICIENTES PARA ATENDER SUAS NECESSIDADES COMO CONSUMIDOR?

( ) Sim; ( ) Não.

14) NO SEU PONTO DE VISTA, O QUE OS ORGANIZADORES DA FEIRA DEVEM INCLUIR COMO PRODUTOS E SERVIÇOS, PARA ATENDER MELHOR OS TURISTAS DESTE EVENTO?

---