



TURISMO DE EVENTOS NO COMBATE SAZONALIDADE: o Floripa conecta 2019

EVENT TOURISM TO COMBAT SEASONALITY: the Floripa conecta 2019

Paulo Victor Silva*
Danielle Eloiza Platen**
Tiago Savi Mondo***

RESUMO: O movimento Floripa Conecta foi criado para unir diversos eventos em um único período no mês de Agosto para, entre outras questões, diminuir o impacto negativo da baixa temporada em Florianópolis. O objetivo da pesquisa é verificar o perfil dos participantes, os impactos econômicos e a avaliação dos eventos do Floripa Conecta 2019. Para tanto, realizou-se uma pesquisa aplicada, descritiva, quantitativa. O instrumento utilizado foi o questionário. A amostra foi composta por 1025 participantes de 10 eventos que participaram do movimento. Os principais resultados indicam que 30% do público dos eventos eram turistas. Do ponto de vista da qualidade, os indicadores de atendimento, limpeza, infraestrutura e segurança obtiveram as melhores médias. Os indicadores de tecnologia, mobilidade e sinalização obtiveram as piores. A média de avaliação final foi de 8,19 (máximo 10).

Palavras-chave: Turismo de Eventos. Floripa Conecta. Sazonalidade. Tourqual. Perfil do Turista.

ABSTRACT: The Floripa Conecta movement was created for several events in a single period, in the month of August to, among other issues, reduce the negative impact of the low season in Florianópolis. The objective of the research is to verify the profile of the participants, economic impacts and evaluation of the events of Floripa Conecta 2019. To do so, carry out an applied, descriptive and quantitative research. The instrument used was the questionnaire. A sample consisted of 1025 participants from 10 events that participated in the movement. The main results indicate that 30% of the public at the events were tourists. Quality point of view, service, cleaning, infrastructure and security indicators obtained as best media. The technology, mobility and signaling indicators obtained as above. The final evaluation average was 8.19 (maximum 10).

Keywords: Event Tourism. Floripa Conecta. Seasonality. Tourqual. Turista Profile.

1 Introdução

O setor turístico constitui-se como um dos maiores geradores de emprego e renda do mundo. No Brasil, a atividade turística ainda é vista como pouco impactante para as análises econômicas amplas por razão da falta de métricas elaboradas para aferir seus reais valores; o fenômeno do turismo tem sido erroneamente interpretado (OLIVEIRA, 2019).

Essa dificuldade advém do turismo não ser uma atividade geradora de um único produto, ela, de maneira segmentada, detém distintas ofertas e demandas, o que faz com que

* Graduando em Tecnologia em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). E-mail: paulo.v12@aluno.ifsc.edu.br.

** Tecnóloga em Hotelaria pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). E-mail: danielleplaten@gmail.com.

*** Professor no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Doutor em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Pós-Doutor em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: tiago.mondo@ifsc.edu.br.

coexistam diversas frentes do ramo, como o turismo de compras, ecoturismo, enoturismo, turismo de aventura e, entre outras, o turismo de eventos, que, segundo Montes e Coriolano (2003), é uma vertente que sofre uma expansão diária no mercado. Desse segmento participam diversos públicos de diversas classes sociais e regiões, onde a motivação principal da viagem é o evento em sua essência.

Em análise pormenorizada, percebe-se diversificadas tipologias de eventos: sociais, corporativos, técnico-científicos, etc. Entretanto, os eventos de maior notoriedade são os congressos, convenções, feiras e seminários, nos quais geralmente participa algum membro ou representante de instituições e corporações que atuam no mercado de foco do evento. Por vir a ocorrer em prazos menores e, por vezes, no decorrer da semana, o turismo de eventos não está coligado à sazonalidade. Para além disso, o custo médio de um turista de eventos é maior e esses gastos são muitas vezes custeados pela instituição ou corporação em que esse turista se encontra inserido (MUNHOZ, 2019).

Nesse cenário, segundo a *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2019), o Brasil ocupa a 17^a posição do ranking de países sede dos eventos internacionais. Entretanto, o Brasil já ocupou a 8^a e a 7^a posição no mesmo ranking, nos anos de 2007 e 2008, respectivamente. Contudo, a capital catarinense, Florianópolis, tem sido incorporada como destino para turismo de eventos a nível Brasil, e até mesmo mundial. Essa incorporação deu-se início em 1998 a partir da inauguração do centro de convenções da cidade, o Centro Sul, como promessa de um local adequado para elevar a Ilha da Magia como cidade-sede de diversificados eventos (LINS, 2000).

A realização de diversos eventos em Florianópolis, principalmente de cunho técnico-científico e/ou de inovação, é o reflexo da realidade da cidade após a instalação de diversas empresas de tecnologia e inovação e também de experiências exitosas das diversas instituições de ensino, como a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) e a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), entre outras. Com esses fatores a famosa “Ilha da Magia” também passou a ser reconhecida internacionalmente como a “Ilha do Silício” (BBC, 2009).

Dessa forma, desde 2016 a Rede de Inovação de Florianópolis promove o “Movimento Floripa Conecta”, que consiste em ações de conexão entre os setores público e privado por meio de diversificados eventos na cidade de Florianópolis; ele foi projetado com

o objetivo de fortalecer o desenvolvimento econômico da região da Grande Florianópolis, bem como realizar um elo com os atores da tecnologia, do turismo e da economia criativa. As inspirações provêm do evento *South by Southwest* (SXSW), realizado na cidade Austin, capital do Texas (Estados Unidos), que é considerada a maior feira de criatividade, inovação, inteligência artificial e interatividade do mundo (LEIPNITZ, 2019).

Para o movimento, Florianópolis é naturalmente ideal para o desenvolvimento econômico, através de recursos naturais, com suas mais de quarenta praias, parques e elementos imateriais, como a cultura e a gastronomia, que fortalecem o turismo e fomentam a tecnologia. Assim, essas peculiaridades unidas promovem a cidade ao cenário das Cidades Criativas, usufruindo os desafios e as riquezas locais, e as transformam em motivo de dinamismo, criatividade, inovação e crescimento. Desta forma; “*Floripa constrói, colabora, colore, converge, conforta, coopera, conquista, compartilha, Floripa CONECTA*” (FLORIPA CONECTA, 2019).

Este estudo, por sua vez, foi motivado mediante a solicitação dos organizadores do movimento Floripa Conecta, com intuito de levantar dados sobre o público participante, o que, segundo Araújo (2017), é fundamental para a organização, pois conhecer as paixões e os desejos do seu público permite a oferta de um evento que suprirá esses desejos no participante.

A partir do exposto, chegou-se à pergunta problema de pesquisa: Qual o impacto, o perfil do participante e a avaliação do Floripa Conecta 2019? Para tanto, traçou-se o objetivo geral da pesquisa como sendo: verificar o perfil dos participantes, impactos econômicos e avaliação dos eventos do Floripa Conecta 2019.

Assim, esta pesquisa é classificada como aplicada, descritiva e quantitativa, adotando-se a estratégia de *survey* para coleta de dados, a partir de instrumento de pesquisa, um questionário de pesquisa fechado e estruturado. Alcançando, por conveniência, o número de 1025 respondentes.

2 Fundamentação teórica

O turismo de eventos pode ser considerado como o objetivo da atividade turística, tendo interesse dos participantes em aspectos profissionais ou culturais e é compreendido

como uma das atividades que mais crescem atualmente (COUTINHO; COUTINHO, 2007). Trata-se especificamente das campanhas em marketing para potencializar um destino ou local turístico, relacionando a criação de imagem desses locais e captando público para o crescimento econômico e de infraestrutura (GETZ; WICKS, 1993). Corroboram Coutinho e Coutinho (2007) ao afirmarem que o setor de eventos no turismo é um dos canais mais completos de divulgação de uma localidade, pois engloba toda a estrutura e infraestrutura da cidade. Destaca-se como tendência para destinos que buscam movimentar a economia, política e sociabilidade do local que está inserido (MARUJO, 2012).

Por movimentar pessoas em diferentes períodos, os eventos são atividades consideradas fundamentais para criar visibilidade de um destino, melhorar a imagem e combater a sazonalidade (MARUJO, 2014).

O conceito de sazonalidade no turismo trata-se da diminuição do fluxo de turistas em determinada época do ano, apresentado crise à atividade e ao destino turístico (MEDEIROS, 2007). Para Teixeira (1991), a sazonalidade implica no volume e na direção dos turistas.

O turismo de eventos, assim, vem como um grande potencial para o combate à sazonalidade dos locais, já que aumenta o fluxo de turistas tanto do próprio país quanto do mundo e impacta economicamente em toda a cadeia de serviços turísticos do destino que está inserido (COUTINHO; COUTINHO, 2007). Além disso, refere-se ao aumento das receitas, número de empregos, oportunidades sociais e distribuição de renda para a população do seu entorno (MATIAS, 2013). Por esse motivo, os eventos podem ser considerados como geradores de uma série de benefícios (MARUJO, 2015) e por isso precisam fornecer qualidade subjetiva às expectativas dos seus consumidores.

Frente à importância cada vez maior do setor de serviços, torna-se relevante compreender que a qualidade nos serviços prestados vem tomando grandes proporções como peça chave na diferenciação do setor. As empresas devem buscar constantemente a qualidade de seus serviços e a satisfação de seus consumidores (BRANCO; RIBEIRO; TINOCO, 2010), a fim de garantir a lealdade de seus clientes (MATOS; VEIGA, 2000).

Qualidade pode ser compreendida como o cumprimento de exigências básicas para a garantia de conformidade (DONABEDIAN, 1980). Pode ser avaliada pelo consumidor na comparação entre a expectativa e percepção quanto ao serviço prestado

(PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988), e está atrelada à satisfação perante a necessidade do consumidor. Ou seja, a qualidade é percebida por meio de características (ALMEIDA; TOLEDO, 2013).

Dessa forma, os serviços prestados por empresas devem manter um nível de qualidade para atender a necessidade e as exigências dos consumidores, já que cada indivíduo possui sua percepção própria de qualidade. Conforme Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), serviço de qualidade é fundamental para sobrevivência e eficácia no ambiente atual tão competitivo.

No turismo de eventos, algumas características são peculiares. Além de aspectos relacionados à intangibilidade (inerente a todos os tipos de serviços), encontram-se a transitoriedade (já que eventos iniciam e terminam no espectro temporal), a inseparabilidade (devido aos participantes relacionarem a experiência que tiveram em eventos de edições passadas às do momento), a consistência, normalmente exigida pelos participantes de eventos, e a ausência de posse, já que não pertencem a somente um domínio e tem grande proporção de público, como alguns dos domínios que devem ser levados em consideração quando da análise da qualidade em eventos (WATT, 2009).

Para avaliar a qualidade dos serviços prestados em eventos, foi desenvolvido por Mondo (2014) um modelo específico para avaliar a qualidade em serviços turísticos. O protocolo Tourqual criado a partir do levantamento de 211 indicadores em uma análise qualitativa foi confrontado com mais de 75 mil comentários online para chegar-se ao total de 26 indicadores de qualidade. A ferramenta foi adaptada para eventos e 15 indicadores específicos foram elaborados para avaliar a qualidade dos serviços nesses locais (MONDO; SILVA; VIDOR, 2018).

Hoje em dia, o Tourqual já resultou na análise da qualidade de diversos eventos por Santa Catarina. Foi utilizado para avaliar a Oktoberfest em 2016 e 2017, o Carnaval em Florianópolis, Joaçaba, Laguna e São Francisco do Sul no ano de 2017, a Festa Nacional do Pinhão em 2017 e o Carnaval de Joaçaba em 2018. Em todas as pesquisas o Tourqual trouxe dados fidedignos e reais sobre a percepção dos turistas quanto ao serviço nesses eventos a fim da mensuração da qualidade desses locais. Além disso, a pesquisa realizada pelo Tourqual ampliou o conhecimento sobre o perfil do turista que participa desses eventos, bem como se

possui interesse em voltar a participar ou conhecer melhor o destino em uma outra oportunidade (FECOMÉRCIO-SC, 2020).

Assim, o Tourqual consiste na ferramenta viável capaz de mensurar a qualidade ofertada através da percepção dos participantes em eventos. Verificar a percepção da qualidade que o participante teve do evento torna-se importante ao passo que pode levar a uma construção de imagem tanto positiva, como negativa. No final, essa imagem (seja ela positiva ou negativa) pode afetar o desenvolvimento não somente do negócio do evento, mas do destino como um todo (ALLEN; MCDONALD; WILLIAM, 2003).

3 Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa é classificada como aplicada, descritiva e quantitativa. Descritiva por “buscar conhecer a realidade em análise, suas peculiaridades e seus problemas. Logo, possui o intuito de delinear com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade” (TRIVIÑOS, 1987, p. 100). Quantitativa, pois se utiliza do emprego de instrumentos estatísticos para a coleta e tratamento dos dados, e porque objetiva medir relações entre as variáveis. Neste âmbito, por sua vez, parte-se de um nível preestabelecido com hipóteses e variáveis claramente definidas, procurando “medir e quantificar os resultados da investigação, elaborando-os em dados estatísticos” (ZANELLA, 2013, p. 35).

A estratégia de coleta de dados foi por meio de levantamento *survey*, ou sondagem; é um método muito aplicado para análise de dados sociais, econômicos e demográficos e se caracteriza pelo contato direto com as pessoas. A amostragem é classificada como não probabilística, foram escolhidos os 10 maiores eventos do Movimento Floripa Conecta. A amostra foi por conveniência e alcançou 1025 participantes.

O instrumento foi o questionário de pesquisa fechado e estruturado, sendo integralmente preenchido de forma objetiva, onde foram analisadas peculiaridades dos participantes no âmbito social e econômico, bem como seu local de origem, renda mensal e custo médio durante sua estada no município de Florianópolis (SC), por ocasião do evento. Além disso, os respondentes avaliaram o evento em que estavam participando a partir dos indicadores do protocolo Tourqual (MONDO, 2019).

O Floripa Conecta 2019 ocorreu entre os dias 9 e 18 de agosto de 2019, por todas as regiões da cidade de Florianópolis, totalizando 53 eventos. Foi delimitado um universo amostral de 10 eventos para o estudo, sendo eles: Semana Balaclava, Stun Game, Startup Summit, Orquestra de Baterias, Maratona Cultural, Innovation Summit, Expo Tattoo, Semana da Mobilidade Elétrica, Encatho & Exprotel, e Circuito Catarinense de Quadrinhos.

Após a coleta, os dados foram tabulados em *software* de planilhas eletrônicas e a análise foi feita por meio de estatística descritiva utilizando-se do SPSS 22.

Houve algumas limitações durante o estudo, como as condições climáticas não favoráveis em alguns eventos que foram ao ar livre, a exemplo da Orquestra de Baterias, que teve de lidar com chuvas durante todo o período do evento, o que reduziu a quantidade de participantes, impactando diretamente a amostra de respondentes. Alguns participantes não responderam determinadas questões, gerando, assim, quantidades diferenciadas no total de respostas. E, por ser um tema relativamente novo, algumas discussões não puderam ser discutidas com maior detalhamento pelo fato de haver poucas publicações e/ou estudos semelhantes.

4 Resultados e discussão

Inicia-se a apresentação dos resultados identificando o número de respondentes por evento. Conforme a Tabela 1 apresenta, o evento que mais obteve participantes respondentes foi a Maratona Cultural. Tal fato se justifica pela Maratona Cultural acontecer durante uma semana em diferentes locais de Florianópolis, abrangendo um público maior. O evento com menor número de respondentes foi a Orquestra de Baterias. Salienta-se que no dia do evento as condições climáticas não foram favoráveis e, como era ao ar livre, o número de espectadores foi extremamente baixo, refletindo na amostra.

Tabela 1 – Quantificação da amostra por evento

Evento	Número de respondentes	Percentual
Maratona Cultural	227	22,1
Expo Tattoo	173	16,9
Circuito Catarinense de Quadrinhos	153	14,9
Startup Summit	107	10,4
Encatho & Exprotel	92	9,0
Semana Balaclava	75	7,3
Stun Game Festival	71	6,9
Semana da Mobilidade Elétrica	54	5,3

Innovation Summit	46	4,5
Orquestra de Baterias	27	2,6
Total	1025	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

A respeito da categorização dos participantes dos eventos, houve uma abrangência maior de moradores em quase todos os eventos listados. Apenas nos eventos Startup Summit, Innovation Summit e Encatho & Exprotel o número de turistas foi maior que o número de moradores. Isso demonstra que os eventos de inovação, bem como os eventos comerciais com abrangência estadual, recebem um maior público de turistas quando ocorrem. A Tabela 2 apresenta os resultados. Percebe-se a partir desses dados que o Floripa Conecta 2019 foi um movimento local, com alguns eventos trazendo turistas. Por mais que seja uma iniciativa incipiente da cidade de Florianópolis, percebe-se que já é 30% turístico. Ou seja, 30% dos participantes não são da cidade, fazendo que o movimento possa, sim, ser definido não somente como um movimento cultural, mas também turístico e, principalmente, de combate à sazonalidade, já que ocorre no mês de agosto.

Tabela 2 – Evento avaliado x caracterização morador ou turista

Evento avaliado	Caracterização Morador ou Turista		Total
	Turista	Morador	
Semana Balaclava	16	59	75
Stun Game Festival	16	55	71
Startup Summit	61	46	107
Orquestra de Baterias	6	20	26
Maratona Cultural	46	180	226
Innovation Summit	37	9	46
Expo Tattoo	54	119	173
Semana da Mobilidade Elétrica	4	50	54
Encatho & Exprotel	47	45	92
Circuito Catarinense de Quadrinhos	32	120	152
Total	319	703	1022

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

Sobre o gênero dos entrevistados, 521 se consideravam masculinos (50,8%), 488 (47,6%) femininos e 1,6% responderam se considerar por Outro na classificação de gênero. Acerca do estado civil dos participantes, 66,9% informaram estar solteiros (682 participantes), 28,7% mencionaram estar casados (293 respondentes), 3,9 responderam estar divorciados (40 pessoas) e apenas 0,5% destacaram estar viúvos (cinco participantes).

No que se refere à renda mensal dos participantes dos eventos do Floripa Conecta, pode-se observar que 126 dos participantes, cerca de 13,2% do total, recebia até um salário mínimo por mês, que na época da pesquisa caracterizava-se no valor de R\$ 998,00. Outros 209 respondentes informaram ter uma renda média entre R\$ 999,00 a R\$ 1.999,00. Além disso, 267 encontravam-se recebendo entre R\$ 2.000,00 e R\$ 3.816,00. 151 informaram ter renda mensal entre R\$ 3.817,00 e R\$ 5.724,00. Outros 88 respondentes destacaram receber de R\$ 5.725,00 a R\$ 7.632,00. Por último, 115 participantes mencionaram receber acima de R\$ 633,00 como renda mensal.

Nesse sentido, nota-se que 65,6% dos participantes desses eventos possuíam renda acima de um salário mínimo e abaixo de cinco salários. Somente 21,2% dos participantes tinham como renda mensal mais de cinco salários mínimos.

Quanto ao nível de escolaridade dos respondentes dos eventos, 482 pessoas informaram ter ensino superior completo, ou seja, 47,3% do total de respondentes. Outros 183 mencionaram ter ensino médio completo, totalizando 18%. No nível de pós-graduação, 170 pessoas informaram ter completado, em torno de 16,7%. Outros 68 informaram ter mestrado, 6,7% dos entrevistados. 66 participantes possuem formação técnica, ou seja, 6,5%. Doutorado foi mencionado por 27 participantes, totalizando 2,7%. E, por último, 22 respondentes destacaram ter nível fundamental completo, cerca de 2,2% dos entrevistados. Como base de cálculo, 1.018 pessoas responderam esta pergunta.

Para analisar o perfil dos participantes dos eventos do Floripa Conecta, foram feitos levantamentos médios sobre idade, média de gasto com viagem, número de pernoites e a nota que os participantes deram para Florianópolis como um todo. Acerca da idade dos participantes, a média dos respondentes foi de 31 anos. Nesse questionamento, 1.006 informaram suas idades e a média foi gerada a partir desse número.

Com relação à média de gastos com a viagem até Florianópolis, cerca de 196 participantes destacaram gastar em média R\$ 1.165,85. Os custos de viagem incluem alimentação, passeios e meio de hospedagem, desconsiderando os custos de transporte para chegar na cidade. O número de pernoites que os participantes turistas tiveram na cidade foi em média de 4,2 pernoites nos meios de hospedagem.

Referente ao impacto econômico destes participantes na cidade de Florianópolis, ressalta-se um gasto médio de R\$ 1.165,85 por participante turista, sendo incluso nesse valor

o gasto de hospedagem, passeios e alimentação e desconsiderado o valor gasto com transporte para chegada à cidade. Estimou-se como impacto econômico a partir do cálculo total de turistas em todos os eventos da amostra algo em torno de 30 milhões de reais. Foi multiplicado o valor do gasto médio pela estimativa do número de turistas nos eventos.

Assim, nota-se que a *persona* do Floripa Conecta é homem, solteiro, com renda a partir de R\$ 2 000,00, com boa escolaridade. Tal fato provavelmente se dá pelos eventos que compuseram os locais de coleta dos dados. Eventos majoritariamente de tecnologia ou técnicos, com público predominante masculino. Percebe-se a necessidade de inclusão e fomento para que este cenário seja mais diversificado e abrangente.

4.1 Avaliação dos eventos e da cidade

Com relação à nota média que os participantes deram para a cidade, cerca de 960 respondentes informaram seu índice de satisfação médio em 8,25 para Florianópolis (Mínimo um e máximo dez).

No tocante à percepção da qualidade que os participantes tiveram dos eventos realizados pelo Floripa Conecta, foram utilizados os indicadores do protocolo Tourqual Eventos (MONDO, 2019). A Tabela 3 apresenta os indicadores e a respectiva avaliação.

Tabela 3 – Avaliação dos Eventos pelos indicadores Tourqual Eventos

	N	Média	Desvio Padrão
Facilidade de compra dos ingressos para os eventos pagos	751	9,06	1,429
Atendimento realizado pelo staff do evento	946	8,80	1,625
Percepção de segurança no local do evento	987	8,77	1,541
Limpeza das instalações onde ocorreu o evento	967	8,68	1,495
Infraestrutura do evento	990	8,52	1,525
Conforto geral no evento	987	8,41	1,588
Variedade de atividades ofertadas no evento	950	8,32	1,635
Percepção de segurança na cidade de Florianópolis	977	8,17	1,603
Filas para entrada no evento, de bares, restaurantes e similares	980	8,06	2,027
Disponibilidade, localização e limpeza dos banheiros	921	8,05	2,088
Níveis de preço dos produtos do evento	825	7,82	2,052
Transporte, Estacionamento e Localização do evento	957	7,68	2,128
Acessibilidade para PCD	839	7,66	2,388
Sinalização dentro do evento	942	7,61	2,127
Tecnologia disponibilizada no evento (3G, Wifi, tótems, etc)	868	7,06	2,585

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

No que se refere à facilidade de compra dos ingressos para participar dos eventos pagos, 751 respondentes deram uma nota média de 9,06, o que demonstra a satisfação desse serviço pelos usuários. O indicador de facilidade de compra do modelo Tourqual analisa qual grau de dificuldade os clientes encontraram ao adquirir o ingresso para entrada no local. Visto que este indicador impacta na finalização ou não da compra.

Quanto ao atendimento realizado pelo staff dos eventos, 946 participantes deram em média 8,80 para esse indicador, o que demonstra opiniões acima da média quanto ao atendimento. O atendimento por staff está desde o primeiro contato com o participante até a saída dele do evento, sendo avaliado em todos os dias da realização. De modo geral, foi bem avaliado o atendimento prestado nos eventos, mas não cem por cento satisfatório.

Com relação à percepção de segurança no local do evento, esse indicador teve média de 8,77 com relação à avaliação de 987 participantes. O que demonstra um nível bom de avaliação, com um desvio padrão de 1,54. A segurança no local percebida pelos visitantes vai além da segurança efetivamente in loco. Demonstra todo o sentimento que o participante obteve na entrada, saída e permanência. Ou seja, os participantes se sentiram seguros, o que vai além da segurança humana efetiva em cada evento.

Relacionado à limpeza nas instalações dos eventos, 967 pessoas responderam esse questionamento, gerando uma nota média de 8,68 nas avaliações. Esse índice com desvio padrão de 1,49 demonstra que os participantes avaliaram a limpeza dos locais sendo boa.

Acerca da infraestrutura, o indicador teve média de 8,52 sendo avaliado por 990 participantes. Essa avaliação demonstra a satisfação dos integrantes do evento, já que se obteve uma média alta.

Sobre o conforto geral do evento, a média dada foi de 8,41, resultante de 987 respondentes para esse indicador, com desvio padrão de 1,58. Tal fato demonstrou que muitos participantes se sentiram confortáveis com os eventos realizados. O indicador de conforto geral indica o quão satisfeito o participante se sentiu nesses locais e, a partir disso, se há ou não probabilidade de retorno ao evento.

Quanto à variedade de atividades ofertadas no evento, a média desse indicador foi 8,32 referente à 950 respondentes. Nesse sentido, nota-se que o indicador foi bem avaliado, mas não se obteve índices satisfatórios, o que representa que não há variedade de atividades ou que não são consideradas suficientes na visão de quem frequentou os eventos.

No que se refere à percepção de segurança na cidade de Florianópolis, no total, a média de avaliação dos participantes foi de 8,17 com desvio padrão de 1,60 na percepção de 977 componentes dos eventos. Com esse índice, percebe-se que a satisfação de segurança na cidade não foi satisfatória, o que impacta negativamente quanto ao retorno desse participante ou do destino ser sede novamente desse evento.

Em relação à espera em filas para entrada ao evento, para o serviço de bar, restaurante e similares, a média de avaliações foi de 8,06 referente à opinião de 980 respondentes e com um desvio de padrão de 2,02. No geral, considera-se um índice como sendo bom. Entretanto, o desvio padrão de 2 pontos sugere que em alguns eventos esse índice pode ter sido bem menor e em outros, maior. Todavia, a demora nesse quesito impacta negativamente qualquer experiência final dos participantes e por isso deve ser reavaliada pelos organizadores de eventos.

Quanto à disponibilidade, localização e limpeza dos banheiros, a média de avaliação foi de 8,05 relativo a 921 respondentes e com desvio padrão de 2,08. Tal fato não demonstra a concretude da avaliação, mas resulta em não satisfação total dos participantes nesse quesito.

No que tange aos níveis de preço dos produtos, o índice obteve uma média de 7,82 pertinentes a 825 respostas. Nesse sentido, pode-se observar que os participantes não visualizaram um bom custo benefício dos produtos adquiridos nos eventos. Embora com desvio de 2,05, a média final das avaliações foi razoável e demonstra a não aceitação dos preços por grande parte do público.

Relacionado à avaliação de transporte, estacionamento e localização do evento, 957 participantes responderam a esse indicador que teve média de avaliações de 7,68 com desvio padrão de 2,12. Nota-se que foi uma média razoável, embora o número de eventos seja grande e em diversas localidades diferentes. Esse indicador engloba o acesso aos locais e a primeira impressão na chegada dos participantes, por isso essa nota pode ser considerada como ponto negativo na experiência final dos participantes dos eventos.

Acerca da acessibilidade para pessoas com deficiência (PCD), esse indicador teve média de 7,66 com base nas 839 avaliações. Essa nota também foi razoável, demonstrando que a acessibilidade não é totalmente adaptada nos locais. Pela diversidade de locais para cada evento do Floripa Conecta, não é possível identificar quais deles não são acessíveis. De todo

modo, investir em acessibilidade abrange um público maior aos eventos, visto que 24% da população brasileira possui algum tipo de deficiência, segundo o último levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

Com relação à sinalização dentro do evento, este indicador teve nota média de 7,61, também sendo considerada mediana devido ao número de respondentes, 942. A sinalização demonstra a comunicação interna dentro dos locais para auxiliar os participantes. Apesar de não ser extremamente notada quando há, na falta de sinalização, a avaliação se transforma negativa pelo público.

Sobre a tecnologia presente nos eventos como *wi-fi*, 3G, *tótems* e etc, 868 participantes responderam a essa pergunta que obteve nota média de 7,06 e com desvio padrão de 2,58. Um desvio considerado alto em uma média considerada razoavelmente baixa demonstra que fatores tecnológicos impactam na experiência dos participantes de eventos que não considerarem excelente esse indicador. Por fim, a média final das avaliações do evento foi 8,19.

5 Conclusão

O turismo de eventos tem desempenhado papel fundamental no combate à sazonalidade e aos impactos da baixa temporada em destinos turísticos. Tal situação se aprofunda quando em questão têm-se destinos que historicamente se desenvolveram baseados na lógica do Turismo Sol e Mar de verão, normalmente com características clássicas do turismo de massa.

Florianópolis tem se destacado no cenário brasileiro nos últimos 10 anos por aliar qualidade de vida para a população, organização do turismo e fomento a setores da inovação tecnológica. Frequentemente presente nos rankings da ICCA, a cidade conseguiu incorporar o turismo de eventos em sua realidade. Entretanto, os impactos da baixa temporada nos meses de Junho e Agosto ainda são evidentes. Como forma de valorizar a cultura da cidade, as iniciativas dos empresários, artistas e da própria comunidade, surgiu o Floripa Conecta que, entre outros objetivos, do ponto de vista turístico, vislumbra a execução de inúmeros eventos no mês de Agosto como forma de movimentar a cidade em um mês que é historicamente o pior em movimentação e arrecadação turística.

Com a realização da pesquisa, que abordou 1025 participantes em 10 eventos no mês de agosto de 2019, verificou-se que, desses, 30% eram turistas. Após os cálculos de impacto econômico, chegou-se a um valor de R\$ 30 milhões de impacto direto. Puxado pelos eventos técnico-científicos, muitos envolvendo a área da tecnologia, o movimento Floripa Conecta se mostra eficiente no combate aos impactos negativos da sazonalidade e, se os organizadores continuarem com o mesmo, tende a se transformar em um grande e interessante movimento para a valorização da cidade, não somente do prisma turístico.

Importante salientar também a intersecção dos setores do turismo e da tecnologia. Por Florianópolis ser destaque nacional nas duas áreas, a pesquisa identificou que existe uma vasta rede de possibilidades para desenvolvimento de projetos e eventos entre os dois setores.

Do ponto de vista da avaliação dos eventos, por meio dos indicadores do protocolo Tourqual, a pesquisa encontrou uma divergência interessante. Por mais que boa parte dos eventos fosse tecnológica, o indicador de tecnologia foi o pior avaliado. Indica-se aqui uma sugestão gerencial para verificação dos indicadores de tecnologia, sinalização e mobilidade, para que os organizadores consigam elevar a avaliação dos eventos e a consequente satisfação dos participantes.

Indicam-se como futuras pesquisas a continuação da investigação nos próximos anos para elaboração de séries históricas. Além disso, pesquisas qualitativas com os organizadores dos eventos sobre o movimento pode ser uma estratégia interessante para correlação de dados. Por fim, considera-se o movimento Floripa Conecta uma estratégia altamente potencial na valorização da cidade de Florianópolis como cidade, como destino turístico e como polo de inovação e tecnologia.

Referências

ALLEN, J.; MCDONALD, I.; WILLIAM, O. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ALMEIDA, Henrique Silveira de; TOLEDO, José Carlos de. Qualidade total do produto. **Production**, v. 2, n. 1, p. 21-37, 2013.

ARAUJO, Guilherme. **A importância de conhecer o público para fazer eventos de sucesso**. 2017. Disponível em: <https://bitly.com/1F4Np>. Acesso em: 25 jul. 2020.

- BBC. **Brazil's bid for tech-powered economy**. 2009. Disponível em: http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/8284704.stm. Acesso em: 8 dez. 2019.
- BRANCO, Gabriela Musse; RIBEIRO, José Luis Duarte; TINOCO, Maria Auxiliadora Cannarozzo. Determinantes da satisfação e atributos da qualidade em serviços de hotelaria. **Prod.**, São Paulo, v. 20, n. 4, dez. 2010.
- COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré**, Manaus, v. 3, 2007.
- DONABEDIAN, A. **Explorations in quality assessment and monitoring the criteria and standards of quality**. Ann Arbor: Health Administration Press, 1980.
- FECOMÉRCIO-SC. **Pesquisa Fecomércio SC turismo de verão no litoral catarinense 2018**. Florianópolis: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC, 2018.
- FECOMÉRCIO-SC. **Pesquisas Fecomércio SC**. Florianópolis: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC, 2020. Disponível em: <https://www.fecomercio-sc.com.br/pesquisas/>. Acesso em: 3 jul. 2020.
- FLORIPA CONECTA. **Sobre 2019**. Florianópolis: Floripa Conecta, 2019. Disponível em: <https://www.floripaconecta.com.br/sobre>. Acesso em: 8 dez. 2019.
- GETZ, D.; WICKS, B. Editorial. **Festival Management & Event Tourism**, v. 1, n. 1, p. 1-3, 1993.
- IBGE. **Pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20Censo,ou%20possuir%20defici%C3%Aancia%20mental%20%2F%20intelectual>. Acesso em: 20 jun. 2020.
- ICCA. **Report 2019**. Disponível em: <https://www.iccaworld.org/>. Acesso em: 8 dez. 2020
- LEIPNITZ, Daniel. **Conheça tudo sobre o Floripa Conecta, evento inspirado no SXSW**. 2019. Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/inovacao/conheca-tudo-sobre-o-floripa-conecta-evento-inspirado-no-sxsw>. Acesso em: 8 dez. 2019.
- LINS, Hoyêdo Nunes. Florianópolis, cluster turístico? **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 11, n. 2, p.55-64, nov. 2000. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v11i2p55-70>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63518/66261>. Acesso em: 3 dez. 2019.
- MARUJO, Noémi. **O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região**. 2015.
- MARUJO, Noémi. **Turismo e eventos culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas**. 2014.

MARUJO, Noémi. **Turismo, turistas e eventos: o caso da Ilha da Madeira.** 2012.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.** 6 ed. Barueri: Manole, 2013.

MATOS, Celso Augusto de; VEIGA, Ricardo Teixeira. **Avaliação da qualidade percebida de serviços: um estudo em uma organização não-governamental. Caderno de Pesquisas em Administração**, v. 7, n. 3, p. 27-42, 2000.

MEDEIROS, Andressa Andrade de. **Turismo de eventos como estratégia no combate à sazonalidade: uma análise na hotelaria de Natal-RN.** 2007. Dissertação (Mestrado)- Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2007.

MONDO, T. S. **Tourqual: gestão da qualidade em destinos e equipamentos turísticos.** São Paulo: Paco Editorial, 2019.

MONDO, T. S. **Tourqual: proposta de um modelo de avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos.** 2014. 321 p. Tese (Doutorado em Administração) – Centro de Ciências Socioeconômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

MONDO, Tiago Savi; SILVA, Francine Vieira Correa da; VIDOR, Ana Luisa Baurich. **Qualidade de serviços em eventos: aplicação do TOURQUAL na 16ª Fenaostra- Florianópolis-Brasil. Caderno Virtual de Turismo**, v. 18, n. 2, 2018.

MONTES, Valéria Alves; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **Turismo de Eventos: promoções e parcerias no Brasil. Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 14, n. 1, p.40-64, maio 2003. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63619/66384>. Acesso em: 19 nov. 2019.

MUNHOZ, Júlia Vidigal. **Os principais tipos de eventos corporativos e seus objetivos.** 2019. Disponível em: <https://www.moblee.com.br/blog/tipos-de-eventos-corporativos/>. Acesso em: 3 dez. 2019.

OLIVEIRA, Fábio de. **Turismo como gerador de emprego e renda.** 2019. Disponível em: <https://www.vgnoticias.com.br/artigos/turismo-como-gerador-de-emprego-e-renda/60530>. Acesso em: 3 dez. 2019.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V. A.; BERRY, L. L. **Servqual: a multipleitemscale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. **A conceptual model of service quality and its implications for future research. The Journal of Marketing**, p. 41-50, 1985.

TEIXEIRA, M. S. G. **O terciário na estrutura produtiva do Ceará: uma análise da organização do setor de turismo.** 1991. 212 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Coordenação do Curso de Mestrado em Economia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1991.



TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação: o positivismo, a fenomenologia, o marxismo.** São Paulo: Atlas 1987.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo.** [S.l.]: Bookman, 2009.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa.** 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013.