

## **Os retornos dos eventos técnicos e científicos para o turismo e a para a economia do município de Bento Gonçalves (RS)<sup>1</sup>**

*Edegar Luis Tomazzoni<sup>1</sup>  
Leslie Vieira Bühler<sup>2</sup>  
Samara Simão*

**Resumo:** O turismo de eventos consiste em reuniões de profissionais, com interesses em atualização, conhecimento, enriquecimento cultural e em lazer. Essa atividade tem-se desenvolvido significativamente, em muitos países, como estratégia inovadora de projetar as potencialidades turísticas e econômicas de municípios e regiões. Gera riquezas, equilíbrio entre oferta e demanda, proporciona redução da sazonalidade dos serviços e prestígio às cidades-sede. Este artigo aborda o retorno dos eventos técnicos e científicos para o turismo e para a economia do município de Bento Gonçalves (RS). Por meio de pesquisa dos eventos realizados no Dall'Onder Grande Hotel, constatou-se que os congressos, seminários, convenções, simpósios e encontros reúnem públicos de padrões aquisitivo e cultural superiores à média e agregam valor ao produto turístico local e regional.

**Palavras-chave:** Eventos. Turismo. Economia. Bento Gonçalves (RS).

### **Introdução**

Eventos como reuniões de pessoas, com interesses em lazer e enriquecimento profissional, científico, técnico, cultural, são estratégias inovadoras de projeção das potencialidades econômicas e de impulso ao turismo receptivo municipal e regional

Apesar de relevante setor empresarial, cujos envolvimento abrangem a especialização da gestão organizacional e das atividades profissionais e econômicas, a produção acadêmica e científica sobre eventos ainda é limitada, comparativamente a estudos de outros campos. Mesmo que se contextualizem no campo teórico do turismo, como apenas uma de suas categorias, os eventos constituem-se em significativo conteúdo para pesquisa e construção do conhecimento, com vistas à inovação e à qualificação social.

---

<sup>1</sup> Universidade de Caxias do Sul. E-mail: eltomazz@ucs.br

<sup>2</sup> Universidade de Caxias do Sul. E-mail: leslie\_buhler@yahoo.com.br

Embora, muitas vezes, os objetivos das reuniões de caráter técnico e científico não sejam a projeção da imagem e a venda de serviços, produtos e atrativos de um destino turístico, o desenvolvimento do turismo é uma das principais justificativas para as realizações dos eventos. O interesse dos gestores públicos e privados em criar condições ambientais favoráveis e investir em eventos contribui significativamente para melhoria da infra-estrutura e da qualidade da oferta de serviços de um município.

O turismo de eventos equilibra a relação entre oferta e demanda de serviços e atrativos dos destinos turísticos, por meio do aumento do fluxo de clientes e ocupações nas quatro estações do ano, reduzindo-se, portanto, o efeito da sazonalidade dos serviços. Os eventos podem ser realizados em épocas de baixa temporada, quando se têm facilidades de encontrar locais disponíveis para sediá-los e reunir números significativos de participantes.

Este artigo apresenta estudo sobre os eventos técnicos e científicos, realizados no município de Bento Gonçalves (RS), com base no trabalho de captação e no calendário do Dall'Onder Grande Hotel. O estudo tem como objetivos: 1) analisar a importância dos eventos técnicos, acadêmicos e científicos (congressos, convenções, encontros, simpósios, seminários) para o Dall'Onder Grande Hotel e para o município de Bento Gonçalves (RS); 2) discutir a importância dos eventos técnicos e científicos para o turismo municipal e regional.

### **Planejamento e organização de eventos**

Planejamento significa criar condições favoráveis para atingir objetivos pré-determinados (RUSCHMANN, 2003). Para o planejamento ser eficaz, é fundamental formular as perguntas essenciais: Como? Onde? Por quê? Para quem? O que? (PARSON, 1988). Com a velocidade das mudanças, é preciso contestação, menos excentricidade científica e mais ousadia na criação de cenários para vários futuros possíveis. Mais do que competir por mercados, é preciso criar novos mercados e ter capacidade de previsão e de ação (HAMEL, 2005).

Para Collins (2000), algumas organizações preferem tentar várias possibilidades e aproveitar o que dá certo, e grandes empresas não sabiam realmente o que queriam quando iniciaram. O principal é ter uma visão, como por exemplo, a de Walt Disney - *levar alegria às pessoas*. Outras organizações acreditam que transpiração, determinação e garra são requisitos

essenciais da competitividade e do sucesso empresarial. O destino não é acaso, é escolha. É preciso superar a tentação de desistir, persistindo frente às adversidades e desafios.

A idéias dos estudiosos da administração aplicam-se à concepção, planejamento e realização de eventos, para gerar mudanças sobre a realidade. Os eventos constituem a história das organizações e da sociedades.

Para Melo Neto (2000 p.13), “eventos são a mais nova mídia, estratégias de comunicação de produtos e marcas”. Para Simões (1995, p. 61), “evento é acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face de necessidades observadas. Caso esse acontecimento não ocorresse, a relação tomaria rumo diferente e, certamente, problemático”.

Com base na fundamentação de Giácomo (1997), enfatiza-se que evento é acontecimento planejado, que ocorre em tempo e lugar pré-definidos, como forma de minimizar esforços de comunicação, com objetivo de engajamento de pessoas a idéias ou ações. É fundamental a clareza do binômio tema-público, não somente público alvo, mas público de interesse. Os eventos são apresentados por meio das atividades planejadas, em que o local e o tempo (data) são pré-estabelecidos, assim como, suas programações e participantes. Para Giácomo (1997 p. 61), “evento é componente do mix da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços”.

Os eventos, pela sua dinâmica não só organizacional, como estratégia de comercialização e marketing, proporcionam visibilidade aos setores produtivos, organizações empresariais e profissionais. Nesse contexto, é importante ressaltar a presença do profissional de eventos, que se dedica à formatação e adequação de suas etapas, ao desempenhar funções essenciais de planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades da programação (CANTON, 2001).

Evento é instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, idéias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, que seja por meios de recursos da tecnologia. (MEIRELLES, 1999, p. 21).

Em relação às áreas de interesse, existe uma diversidade de eventos, e, para, Matias (2002), algumas das classificações são: artísticos, científicos, culturais, desportivos, religiosos. Os eventos, classificam-se, ainda, de acordo com características e peculiaridades como: congresso, convenção, exposição, colóquio, conferência. Congressos são reuniões promovidas por entidades associativas, que visam a debater assuntos de interesse de

determinado ramo profissional, como, por exemplo, médicos, engenheiros, professores, economistas etc.. As sessões de trabalho dos congressos são divididas em várias outras categorias de eventos como mesas-redondas, conferências, palestras. Documentos conhecidos como “anais do congresso” registram as conclusões dos trabalhos apresentados.

Em função da competência das estratégias e da temática, o público do evento poderá ser ampliado ou reduzido. O sucesso de evento depende fundamentalmente da capacidade de planejamento e gestão das ligações dos diferentes atores envolvidos. Os envolvimento são: 1) poder público-comunidade local, 2) promotora de eventos-comunidade local, 3) setor privado-comunidade local, 4) poder público-promotora de eventos, 5) promotora de eventos-setor privado, 6) setor privado-clientes visitantes, 7) poder público-clientes visitantes, 8) promotora de eventos-clientes visitantes (TOMAZZONI, 2001).

O sucesso do evento depende não só do entendimento das relações entre os responsáveis pela realização, mas da influência que se exerce sobre elas para que o ambiente organizacional seja favorável. “Quanto mais a organização dependente do seu ambiente, mais vulnerável ela é” (HALL, 2004, p. 168). Tanto para a promotora que os realiza quanto para a empresa que capta eventos, é essencial mapear e monitorar as condições do ambiente. A relação dos eventos com o turismo não só é necessária, como é recomendável, pois são atividades que se reforçam mutuamente, em círculo virtuosos de rentabilidade a longo. A relação, entretanto, precisa estar submersa em um ambiente de empreendedorismo, em que as organizações envolvidas possam arriscar realizações inovadoras, tanto em termos de criação quanto em termos de captação de eventos (TOMAZZONI, 2001).

As estratégias de planejamento, realização e captação de eventos têm por base os binômios promotor-empresário e evento-empresário. O empresário e o profissional são empreendedores somente se acrescentarem algo novo ao negócio ou à organização (DOLABELA, 2006). Cada vez mais incapazes de competir com base nas vantagens dos produtos, as economias ocidentais buscam inovação e são transformadas em economias de serviços (CARLZON, 2005). As estratégias competitivas genéricas são liderança global em custos, diferenciação e focalização (FITZSIMMONS, 2005). Os eventos são serviços que as empresas agregam, como valor aos seus produtos, para satisfazer necessidades de seus clientes.

## **Eventos e turismo**

Ao fortalecer a identidade, projetar e difundir reuniões de profissionais e empresas de diversos setores de atividades, cria-se um conceito de imagem, diretamente vinculado ao município em que se realiza o evento. Além disso, tem-se a captação de negócios, que beneficiam diretamente os segmentos participantes e, também, a rede de serviços da cidade receptiva. O nome do município, como pólo industrial, comercial e socioeconômico, valoriza-se, institucionalmente e economicamente. O evento estabelece referenciais de valores, que traduzem e projetam o contexto geográfico e cultural em que se realiza.

Para Robertson e Guerrier (2001, p. 304 - 306),

Em termos de ampliação seletiva, a recriação de imagem baseada em eventos é de imenso valor. Todas as cidades podem ter sucesso a curto prazo, com a recepção de eventos. Com bom planejamento, a imagem certa e marketing incisivo, um evento pode colher influxo substancial de visitantes. Alternativamente, é sugerido que a imagem das cidades bem sucedidas (por exemplo, Barcelona, Madri e Sevilha) possa ser afinada com base em que são colaboradoras, contribuindo com a economia nacional. Os modelos de gestão estratégica de eventos podem ser utilizados a fim de fazer o melhor evento para a cidade e, portanto, ganhar dos concorrentes.

Comparativamente a outras formas de promoção de desenvolvimento turístico e econômico, como, por exemplo, investimento em campanhas de publicidade e propaganda, ou de mídia em veículos de massa, o evento pode ser menos dispendioso e, portanto, muito lucrativo para o município. Além do mais, o investimento para sua viabilização provém das empresas promotoras e patrocinadoras.

Kotler e Rein (1995, p. 232 - 237) argumentam que

Algumas cidades dividem a responsabilidade de promover o turismo e as reuniões de negócios. O primeiro é amplamente financiado pelo governo e o último pelas empresas do setor de viagens e turismo. (...) Existem cinco categorias que definem o mercado turístico de negócios: feiras comerciais, convenções, assembléias, conferências e shows para consumidores. Os fatores-chave da receita são o tamanho do grupo, a duração da estada e suas demandas de serviço.

O turista de eventos concilia atividades de trabalho e lazer e contribui para impulsionar o turismo nacional. De acordo com o Ministério do Turismo do Brasil (2008), o principal motivo da entrada de turistas estrangeiros no país é em função dos negócios e eventos. Localidades que têm o lazer como principal atrativo têm participação menor no ingresso de turistas estrangeiros. Nas cidades que receberam maior número de estrangeiros, a renda média individual com os gastos diários pelos turistas supera a média do país.

A contextualização turística da análise mostra que os retornos dos eventos transcendem a realização de objetivos diretos e se ampliam em dinamização da infra-estrutura de equipamentos (salões, hotéis) e serviços receptivos. Phillips, Myhill e Donough (2008) identificam os benefícios tangíveis e intangíveis de conferências e eventos. Para eles, mesmo os benefícios intangíveis podem ser convertidos em valores monetários, e, ainda que seja difícil mensurá-los, orientam importantes decisões organizacionais.

O estudo de Braga (2006, p. 106) sobre os participantes de feiras de negócios em São Paulo mostrou que “é bastante representativa a quantidade de turistas de negócios que não se interessam pelos atrativos da cidade com característica cosmopolita, considerando-se apenas como local para realização de negócios”. Justificam-se, portanto, a realização e a captação de eventos por organizações públicas e privadas, cujos objetivos sejam retornos para a infra-estrutura turística municipal, mesmo que o interesse dos participantes seja exclusivamente a dedicação profissional em todo o período de participação.

### **Os eventos e o turismo de Bento Gonçalves**

Em Bento Gonçalves (RS), realizam-se eventos de diversas categorias e de projeção nacional e internacional. O município, com população de 104 mil habitantes e PIB de R\$ 2,015 bilhões, é o segundo maior da Serra Gaúcha, localiza-se a 124 quilômetros da capital, Porto Alegre. Economicamente, destacam-se os setores moveleiro, vitivinícola e turismo. Além dos produtos da rede comercial e dos serviços de hospedagem em 29 hotéis e pousadas, a oferta turística proporciona passeios a roteiros culturais, gastronômicos e paisagísticos, como Caminhos de Pedra da Colônia São Pedro e Vale dos Vinhedos.

O calendário municipal de feiras, festas e exposições abrange: Fenavinho (Festa Nacional do Vinho), Fimma Brasil (Feira de Máquinas, Matérias-Primas e Acessórios da Indústria Moveleira), Movelsul Brasil (Feira da Indústria Moveleira), Vinotech Mercosul Bebidas e Multiagro, Fiema Brasil (Feira Internacional de Ecologia e Meio Ambiente), Expobento (Feira da Indústria, Comércio e Serviços), Transpo-Sul (Feira e Congresso de Transporte e Logística), Avaliação Nacional de Vinhos, Bento em Dança (Festival de Danças).

O Fundaparque (parque de eventos), que sedia as feiras e exposições, localiza-se a dois quilômetros do centro da cidade e tem estrutura adequada, com um dos maiores espaços



climatizados do gênero no país. Além do Fundaparque, a rede hoteleira tem modernos centros de convenções, capacitados para acolher eventos menores congressos, seminários, exposições. Como exemplo, o Dall'Onder Grande Hotel tem infra-estrutura especializada e equipe de funcionários qualificados para a captações e promoções, que compõem calendário abrangente de congressos, seminários, encontros, reuniões técnicas e profissionais.

O Dall'Onder Grande Hotel tem estrutura de 265 apartamentos, distribuídos em cinco categorias distintas, além de ampla estrutura de serviços. Sua história começou com o primeiro edifício de Bento Gonçalves, o Hotel Vinocap construído em 1965. Em dezembro de 2002, estruturou-se a rede, sob administração do Dall'Onder Vittoria Hotel, com 180 colaboradores. Para os eventos técnicos e científicos, como congressos, seminários e convenções, o Hotel oferece espaços moduláveis, com capacidade de até 1.200 participantes por edição. O público são empresários, executivos, professores, estudantes, médicos e engenheiros, e 60% dos eventos são realizados por associações de empresas e 40% por entidades de profissionais liberais.

### **Eventos realizados no Dall'Onder Grande Hotel**

A tabela a seguir apresenta o calendário de eventos realizados em 2007, no Dall'Onder Grande do Hotel de Bento Gonçalves (RS)

**Tabela 1 – Calendário de eventos técnicos e científicos realizados no Dall'Onder Grande Hotel em 2007**

<b>Eventos 2007</b>	<b>Mês</b>	<b>Data</b>	<b>Diárias</b>	<b>Público</b>
Seminário de Planejamento da PUCRS	Janeiro	14 a 19	5	12
Convenção do IBGE	Janeiro e Fevereiro	31/01 a 15/02	15	160
Seminário de Docentes de Física – UFRGS	Fevereiro	05 a 15	10	120
Jornada Gaúcha de Mastologia	Março	08 a 11	3	300
Congresso Gaúcho de Terapia Nutricional e 6º Simpósio de Terapia Nutricional Enteral e Parenteral	Marco	29 a 31/03	2	400
Convenção da Brasil Telecom	Abril	13 a 14	1	250
Encontro do Fisco Estadual Gaúcho (AFISVEC)	Maio	04 a 06	2	200
II Congresso de Ginecologia e Obstetrícia da Santa Casa (RS)	Maio	17 a 19	2	400
Seminário de Municipalização da Saúde (FAMURS)	Maio	28 a 31	3	400
Projeto Reflexões Convenção de Docentes da PUCRS	Junho	01 a 03	2	170

Congresso do Sindicato Nacional dos Analistas Tributários da Receita Federal-RS	Junho	15 a 17	2	260
XVI Mostra Nacional e I Mostra Latino Americana de Pintura Artística (AGAPA)	Junho	20 a 23	5	300
Simpósio do Laboratório Novartis	Junho	23 a 24	1	100
Simpósio do Laboratório Novartis	Junho	23 a 24	1	50
VII Sul Encontro de Controle de Infecção Hospitalar	Junho	26 a 29	2	400
III Encontro do Sindilat – Sindicato de Laticínios do Rio Grande do Sul & Tetra Pak	Julho	13 a 15	2	80
Congresso de Urologia	Agosto	03 a 05	2	100
IX Encontro Estadual de Técnicos Agrícolas (ATARGS)	Agosto	10 a 12	2	300
Encontro da ANABB – Associação Nacional de Funcionários do Banco do Brasil	Agosto	10 a 12	2	150
I Congresso Latinoamericano de Orientação Profissional II Simpósio Brasileiro de Orientação Vocacional & Ocupacional (ABOP)	Agosto	16 a 18	2	300
IX Seminário Brasileiro de Produção Integrada de Frutas e I Seminário sobre Sistema Agropecuario de Produção Integrada (EMBRAPA)	Agosto	27 a 30	3	200
Congresso Gaúcho de Diabete	Agosto	31 a 02/09	1	400
Convenção da Distribuidora Nacional de Ferragens	Setembro	06 a 09	3	100
Congresso da UNICRED - UNIMED	Setembro	20 a 22	2	300
Convenção do IBGE	Setembro	27 a 05/10	8	100
XI Jornada Gaúcha de Nefrologia	Outubro	11 a 14	3	400
Congresso Nacional Enfermagem Obstétrica e Neonatal	Outubro	14 a 17	3	400
XXVII Senafor - Centro de Tecnologia da UFRGS	Outubro	18 a 19	1	300
Rally do Clube Inglês	Outubro	20 a 21	1	100
Encontro Aposentados da CRT	Outubro	21 a 24	3	180
Encontro da AAPERGS - Associação dos Eletricitários Aposentados	Novembro	07 a 09	2	90
XI Congresso Brasileiro de Técnicos da Receita Federal	Novembro	25 a 30	5	300
XII Congresso Brasileiro de Técnicos da Receita Federal	Dezembro	30/11 a 02/12	2	120
Congresso da Associação do Gerentes da Caixa Econômica Estadual (CEAGE)	Dezembro	30/11 a 02/12	2	250
Jogos Sul Brasileiros do SESI	Dezembro	07 a 09	2	800

A rede de Hotéis Dall'Onder é responsável pela grande maioria dos eventos científicos e técnicos realizados em Bento Gonçalves. São das mais variadas categorias (congressos, convenções, encontros, simpósios, seminários) e especialidades, que reúnem diferentes públicos e movimentam a infra-estrutura de serviços em todos os meses do ano. Os eventos realizados no Parque de Eventos (Fundaparque) têm o Dall'Onder como parceiro - patrocinador ou apoiador.



## Retornos dos eventos para o turismo e a economia de Bento Gonçalves

No ano de 2007, realizaram-se 110 eventos em Bento Gonçalves, nas mais diversas categorias, de acordo com o calendário de eventos oficial do município. A Prefeitura Municipal promoveu 51 eventos em parceria com outras entidades. O Fundaparque sediou 16, e o Dall'Onder Grande Hotel sediou 43 eventos.

No Dall'Onder Grande Hotel, 19 dos 43 eventos realizados, que correspondem a 45% do total, foram eventos técnicos e científicos e tiveram público de seis mil participantes. Sua média de duração foi de três dias, e geraram retornos para o hotel em diárias e em divulgação.

No Fundaparque, foram realizados 16 eventos, entre os quais, seis, técnico-científicos, com público de 10.500 participantes e duração média de dois a quatro dias. Para o município, os eventos realizados pelo Dall'Onder Grande Hotel são de grande importância, pois contribuem para o desenvolvimento de Bento Gonçalves, gerando receitas para a economia local e impostos.

Os participantes desfrutam da infra-estrutura, como hospedagem, restaurantes, entretenimento, comércio, transportes. Realizam compras de produtos moveleiros e vinícolas, que se tornam mais conhecidos em outras regiões, pois o público de eventos provém de vários pontos do país e exterior. Além disso, as realizações proporcionam projeção da imagem turística do município e da região.

**Tabela 2 – Relatório do turismo de Bento Gonçalves (2002 a 2006)**

Ano	2002	2003	2004	2005	2006
Estimativas de turistas	500.00	550.00	600.000	700.00	800.000
Total de visitantes aos roteiros turísticos	291.054	407.557	454.670	495.875	355.536
Ocupação hoteleira	45,54%	45,69%	45%	43%	43%
Nº de Leitos	1.935	2.055	2.124	2.201	2.201
Nº de Hotéis e Pousadas			26	29	29
Nº de Unidades Habitacionais (UH)				958	958
Nº de atendimentos nos Postos de Informação		30.308	35.434	45.991	45.609
Total Público nos eventos		246.618	312.608	371.291	271.582
Nº de Eventos		366	548	444	372
Nº de mão de obra direta no turismo			1.137	1.114	2.000
Média de permanência dos turistas na cidade				2,5 dias	2,5 a 3 dias
Média de gasto por turista em reais (R\$)				607,00	1.000,00

De acordo com a relatório do turismo do município, toda a cadeia turística é envolvida com a realização de eventos, geram-se novas possibilidades de empregos e benefícios para a comunidade local. Com base em dados da Secretaria Municipal de Turismo, os visitantes que permanecem em torno de três dias no município, e estima-se que a média de gastos seja de R\$ 1.000,00 por pessoa. Além disso, tem-se a possibilidade de que eles retornem, com familiares e amigos, para desfrutar da oferta de atrativos da região.

Somando-se os eventos técnicos e científicos, têm-se 16.500 participantes, em 2007. Considerando-se que permaneceram, em média, três dias na cidade, estima-se a receita total de R\$ 60 milhões, incluindo hospedagem, compras e serviços.

Com base em informações fornecidas pela direção do Dall'Onder Grande Hotel, estima-se que os eventos técnicos e científicos proporcionem ocupação média de 80% a 100%, o que durante um ano representa 9.000 (nove mil) diárias para as 265 unidades habitacionais. É preciso considerar, ainda, que esses eventos proporcionam ocupação para outros hotéis da cidade e região.

### **Considerações finais**

Este trabalho, cujo tema central foi a importância dos eventos técnicos e científicos do Dall'Onder Grande Hotel para o turismo e para a economia do município de Bento Gonçalves (RS), apresentou referencial teórico, que contribuiu para suprir necessidade de produção de estudos na área.

Verificou-se que os eventos técnicos e científicos (congressos, seminários, encontros, convenções, simpósios), realizados no Dall'Onder Grande Hotel, representam expressivo percentual no calendário do município de Bento Gonçalves (RS), isto é, 23% do total. Com isso, divulgam-se os atrativos do município, seus roteiros e serviços turísticos.

Por um lado, município é competitivo no segmento, e seu calendário destaca-se no Rio Grande do Sul. Por outro lado, em razão das parcerias entre as organizações dos setores público e privado, o ambiente do turismo em Bento Gonçalves (RS) é favorável às realizações, e os eventos são estratégias para divulgar o turismo, melhorar a qualidade dos serviços e impulsionar a economia local. Em razão do espírito empreendedor da direção e da equipe do Dall'Onder Grande Hotel, criou-se uma relação harmoniosa e produtiva entre os

eventos e o turismo, cujo ciclo virtuoso proporciona retorno abrangentes, e cuja tendência é de potencialização de benefícios a longo prazo..

Com a grande demanda por eventos de diversas áreas profissionais e empresariais, surgem oportunidades de expansão da atividade, com alternativas para mais realizações, bem como a procura pelos serviços oferecidos pela hotelaria e por atrativos do município. Os eventos técnicos e científicos agregam valor ao produto turístico e reduzem os efeitos da sazonalidade em destinos que têm maior movimentação em temporadas como veraneio ou inverno. Reúnem públicos de padrão aquisitivo e cultural superior à média do público dos demais eventos. Representam potencialidades expressivas de ampliação de retornos para a economia local e regional, por meio de projeção na mídia, comercialização de serviços e produtos.

Além da geração de empregos diretos pela organização, os eventos impulsionam os setores produtivos, por meio da cadeia do turismo e geram empregos em vários ramos de atividades. Fomenta-se, portanto, o turismo em diferentes épocas do ano, equilibrando-se a relação entre oferta e demanda de atrativos e serviços.

## **Referências**

BRAGA, Débora C. *Turistas de negócios na cidade de São Paulo: um estudo de caso de demanda segmentada*. In: *Turismo em Análise*. Volume 17, número 1. São Paulo: Aleph, 2007.

CANTON, Antônia Marisa. *Eventos e as organizações do terceiro setor no Brasil*. Tese de Doutorado. ECA – USP: 2001.

CARLZON, Jan . *A Hora da verdade*. Rio de Janeiro: 2005.

COLLINS, James C. e PORRAS, Jery I. *Feitas para durar*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DALL'ONDER Grande Hotel. Disponível em:  
<<http://www.dallondergrandehotel.com.br/>> Acesso em 03 nov. 2007.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura, 2006.

EVENTOS acadêmicos e científicos. Disponível em:  
<[http://www.reitoria.unicamp.br/manualdeeventos/eventos/proto-eventos\\_cientificos.shtml](http://www.reitoria.unicamp.br/manualdeeventos/eventos/proto-eventos_cientificos.shtml)> Acesso em 24 de março 2008.

FUNDAPARQUE – Fundação Parque de Eventos de Bento Gonçalves (RS). Disponível em:  
<<http://www.bentoeventos.com.br/>> Acesso em 15 de maio de 2008.

FITZSIMMONS, James A. ; FITZSIMMONS, Mona. *Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GIÁCOMO, Cristina. *Tudo acaba em festa*. São Paulo: Scritta Editora, 1997.

HALL, Richard H.. *Organizações: estruturas, processos e resultados*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004

HAMEL, Gary. *Competindo pelo futuro*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KOTLER, Philip Haider, D.H. e REIN, I. *Marketing Público*. São Paulo: Makron, 1995.

MATIAS, Marlene. *Organização de eventos – Procedimentos e técnicas*. 2º edição. São Paulo: Manole, 2002.

MEIRELLES, Gilda Fleury. *Tudo sobre eventos*. São Paulo: STS, 1999.

MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL. Disponível em:  
< [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)>. Acesso em 3 de maio de 2008.

MELO, Francisco Paulo Neto. *Criatividade em eventos*. São Paulo: Contexto, 2000.

PARSON, Mary Jean. *Planejamento: de volta às origens*. São Paulo: Editora Best Seller, 1988.

PHILLIPS, Jack; JAMES, Mônica e MCDONOUGHG, James. *O valor estratégico dos eventos: como e por que medir ROI*. São Paulo: Aleph, 2008.

PREFEITURA Municipal de Bento Gonçalves. Disponível em:  
< <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br>>. Acesso em 15 de maio de 2008.

ROBERTSON E GUERRIER. *Eventos como vitrines empresariais – Sevilha, Barcelona, Madri*. In: TYLER, D. GUERRIER, Y e ROBERTSON, M (org.) *ipal*. São Paulo, 2001.

RUSCHMANN, Dóris. *Turismo e planejamento sustentável*. São Paulo: Papyrus, 2003.

TOMAZZONI, Edegar L. *Organização de feiras de negócios*. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Turismo - PPGTUR. Universidade de Caxias do Sul – UCS, 2001.

TRIGO, LUIZ GONZAGA GODOI. *A Sociedade pós-Industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papyrus, 1998.