

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS DA REGIÃO DOS VINHEDOS  
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

**MONICA RAMPAZZO**

**O PERFIL DOS PARTICIPANTES DO CONGRESSO FLORESTAL ESTADUALDO  
RIO GRANDE DO SUL 2012**

**BENTO GONÇALVES  
2012**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS DA REGIÃO DOS VINHEDOS  
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

MONICA RAMPAZZO

**O PERFIL DOS PARTICIPANTES DO CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL DO  
RIO GRANDE DO SUL 2012**

Relatório de Estágio realizado como requisito para a aprovação na disciplina de Estágio II do Curso de Bacharelado em Turismo, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos, da Universidade de Caxias do Sul.

**Orientador:** Prof. Dr. Eurico Oliveira Santos

**BENTO GONÇALVES  
2012**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus que iluminou o meu caminho durante esta caminhada.

Agradeço a minha família e amigos pela ajuda e incentivo nesta fase tão importante.

A todos responsáveis pelo congresso florestal que abriram as portas e me deram a oportunidade de realizar esse Estágio, sendo sempre prestativos e atenciosos, meu obrigado.

Ao orientador Professor Dr. Eurico de Oliveira Santos pela paciência e ajuda meu carinho.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

FIGURA1: Público assistindo ao Congresso.....	28
FIGURA 2: Público assistindo ao Congresso.....	28
FIGURA 3: Folder do Congresso .....	29
FIGURA 4: Local do evento.....	29
FIGURA 5: Gênero dos participantes do Congresso.....	30
FIGURA 6: Estado civil dos entrevistados do sexo feminino.....	31
FIGURA 7: Estado civil dos entrevistados do sexo masculino .....	31
FIGURA 8: Grau de instrução dos entrevistados do Congresso Florestal .....	32
FIGURA 9: Meio de locomoção utilizado para chegar ao Congresso .....	33
FIGURA 10: Faixa etária dos entrevistados do congresso florestal .....	33
FIGURA 11: Como os entrevistados souberam do congresso florestal .....	34
FIGURA 12: Como foram as palestra do congresso florestal.....	35
FIGURA 13: Como os entrevistados avaliam a organização geral do congresso .....	35
FIGURA 14: Principais falhas do congresso florestal.....	36
FIGURA 15: Nova Prata possui atrações turísticas na opinião dos entrevistados .....	37
FIGURA16: Sugestões dos entrevistados para a organização do congresso .....	37

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>2 JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>8</b>
<b>3 OBJETIVOS</b> .....	<b>9</b>
3.1 OBJETIVO GERAL.....	9
3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO .....	9
<b>4 PROBLEMA DE PESQUISA</b> .....	<b>10</b>
<b>5 HIPÓTESE DE ESTUDO</b> .....	<b>11</b>
<b>6 METODOLOGIA</b> .....	<b>12</b>
<b>7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
7.1 TURISMO.....	14
7.2 EVENTOS .....	18
7.3 CONGRESSO .....	21
<b>8 TURISMO DE EVENTOS</b> .....	<b>23</b>
<b>9 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO</b> .....	<b>24</b>
9.1 DEFICIÊNCIAS ATUAIS EM PESQUISA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO.....	24
9.2 A IMPORTÂNCIA DA SATISFAÇÃO DO TURISTA.....	25
<b>10 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO</b> .....	<b>27</b>
10.1 CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL .....	27
10.2 IMAGENS DO 11º CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL 2012 .....	28
<b>11 ANÁLISE DOS DADOS LEVANTADOS</b> .....	<b>30</b>
<b>12 CONCLUSÃO</b> .....	<b>38</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>41</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho, desenvolvido na disciplina de Estágio 2 em Turismo, do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – Campus da Região dos Vinhedos (Bento Gonçalves) relaciona-se ao Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul 2012.

O objetivo deste trabalho é analisar o perfil dos participantes do congresso florestal. Para isso, será realizada uma pesquisa com amostragem, abrangendo 50 pessoas que participaram do congresso, que é um evento que teve início por iniciativa da comunidade de Nova Prata/ RS.

A coleta de dados e de informações também envolveu a presença da pesquisadora e os organizadores do evento, ou seja, com a secretária executiva Ana Paula Giombelli e o presidente Sr. Aino.VictorAvila Jaques, que sempre muito prestativos e dispostos a responder tudo quando questionados.

No embasamento teórico, estabeleceu-se a relação teórica e prática, tendo por base o estudo sobre eventos e sua repercussão no campo do turismo. A partir da análise dos dados apontados pelos entrevistados nos 50 questionários aplicados, foi possível obter informações suficientes para alcançar o objetivo proposto no trabalho que era analisar o perfil dos participantes do congresso florestal 2012.

Em uma cidade, que está em pleno desenvolvimento turístico, é importante fazer um levantamento de um evento que se destaca, podendo assim avaliar qual é o perfil dos participantes do congresso e o que ele exerce sobre a comunidade. Qualquer evento, se divulgado e organizado de forma correta, atrai turistas de toda a região do país e do mundo, motivados pelas mais diversas razões.

O congresso é algo que faz com que as pessoas, principalmente da comunidade, sintam-se motivadas e prestigiadas, a participar e a colaborar com a divulgação do evento, afinal, se a cidade cresce, todos seus habitantes são beneficiados. Sendo assim, foi proposto um questionário que almeja identificar o perfil dos participantes do congresso florestal, bem como, suas principais opiniões e sugestões para que os organizadores do evento possam melhorar cada vez mais e acrescentar elementos, ainda mais, na divulgação da cultura e do turismo da comunidade.

O trabalho que se apresenta ao longo das páginas focará e apresentará o perfil dos participantes do congresso florestal bem como sugestões apontadas pelos entrevistados para melhorar cada vez mais esse grande evento que se realiza na cidade de Nova Prata há mais de 40 anos.

## 2 JUSTIFICATIVA

As principais contribuições desse estudo serão identificar, caracterizar e analisar o perfil dos congressistas que participam do Congresso Florestal para que a organização futura tenha entre outras informações um maior conhecimento dos participantes do congresso, bem como suas opiniões e sugestões.

A realização de um evento de grande dimensão numa cidade como Nova Prata, situada na Serra Gaúcha, por si, só, justifica a realização deste trabalho. A iniciativa ganha destaque, porém, na medida em que o congresso tem repercussão direta no desenvolvimento do município.

A ausência de estudos, que poderia indicar a influência do evento nessas áreas, é que levou a realização desta pesquisa, como forma de disponibilizar à cidade, e a seus gestores e, principalmente, aos organizadores do congresso, dados e informações mais consistentes, que possam ser úteis na avaliação sobre o momento atual do evento e o que pode ser aperfeiçoado para as próximas edições.

Há que se considerar, neste caso, a importância que o congresso exerce através das mais diferentes manifestações, especialmente através de eventos como esse direcionado para a cidade de Nova Prata.

Sendo assim, o estudo realizado é muito importante para a cidade de Nova Prata, pois levantará dados sobre um importante evento da cidade e região, o Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul.

Em função disso, cresce o número de pessoas que vêm à cidade. Isso é muito importante, pois faz com que a cidade evolua cada vez mais, tanto em termos de cultura como de turismo, fazendo com que ela ganhe cada vez mais destaque e fique mais conhecida.



### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar o perfil dos participantes do Congresso Florestal do Rio Grande do Sul 2012.

#### **3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

Identificar e caracterizar o perfil dos participantes do Congresso Florestal 2012.

#### **4 PROBLEMA DE PESQUISA**

Qual o perfil dos congressistas que participarão do Congresso Florestal Estadual do rio grande do Sul de 2012, para que seja possível propor sugestões de aprimoramento para as próximas edições?

## **5 HIPÓTESE DE ESTUDO**

Tem-se a hipótese de que os participantes do Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul 2012, em sua maioria são advindos de outros Estados da Federação.

## 6 METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, com vista a alcançar os objetivos propostos, serão utilizados os seguintes métodos e procedimentos:

- ✓ Um questionário inicial respondido pelos participantes juntamente com a efetuaçãodas inscrições, bem como um questionário adicional, disponibilizado pela organização do evento para identificar o perfil dos participantes do congresso.
- ✓ Participaram deste estudo os congressistas do 11º Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul 2012.
- ✓ Tendo em vista os objetivos, realizou-se uma entrevista com os participantes do congresso utilizando o questionário inicial. Em um segundo momento foi utilizado o questionário adicional da organização do congresso. Essas entrevistas com data e hora marcadas tiveram a duração entre 10 e 15 minutos.
- ✓ Foi realizada uma pesquisa com perguntas abertas e fechadas elaboradas especialmente para este trabalho. A entrevista investigou os seguintes tópicos: 1-Gênero; 2-Estado Civil; 3-Grau de instrução; 4-Meio de locomoção para chegar ao evento; 5-Qual a sua faixa etária; 6-Como soube do Congresso; 7-Como foram as palestras; 8-Como avalia a organização geral do Congresso; 9-Quais as principais falhas; 10-Você acha que Nova Prata tem atrações turísticas; 11-Sugestões para a organização do Congresso.
- ✓ As entrevistas foram feitas nos dias 24, 25, 26 de Setembro de 2012.
- ✓ As perguntas fechadas foram tabuladas em categorias.
- ✓ Pesquisa bibliográfica contemplando os seguintes temas: Definição de Turismo; Eventos; Turismo de Eventos; Congresso; Comportamento do Turista.
- ✓ O levantamento dos dados obtidos para esse estudo foi por amostragem probabilística (aleatória simples).

- ✓ O universo desses congressistas foi de 1.100 pessoas e o universo dos pesquisados foi de 0,5% (50 pessoas).

## 7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para podermos entender o Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul como um atrativo turístico este capítulo propõe apresentar e estabelecer uma relação entre conceitos e significados de Turismo, Eventos, Congresso, Turismo de Eventos, Comportamento do consumidor no turismo.

### 7.1 TURISMO

Contrariamente ao que está por trás de seu incomparável crescimento na última metade do século XX, o turismo no momento, encontra-se numa encruzilhada no que se refere ao seu desenvolvimento. Por outro lado, é anunciado como “a maior indústria do mundo” por numerosas organizações globais, incluindo o Conselho Mundial De Viagens e Turismo (YOUELL, 2002).

O turismo hoje está na grande maioria dos países, pois com os avanços no meio de transporte é mais rápido e fácil chegar ao destino desejado. As pessoas estão com um maior tempo de lazer e procuram no turismo uma forma de descanso; cresce também a demanda por viagens internacionais.

A civilização grega foi a primeira a oferecer aos seus indivíduos e à sociedade os benefícios do equilíbrio saudável entre trabalho e lazer, incluindo as viagens. Os engenheiros romanos construíram instalações públicas de lazer para a grande maioria das populações urbanas, cuja recreação era o condicionamento físico e a preparação para a guerra. A extensa rede de estradas desenvolvidas pelos romanos possibilitou viagens de negócios e de lazer mais rápidas e convenientes (YOUELL, 2002).

Já há muito tempo se tem falado em turismo e sobre os benefícios que ele poderia trazer às pessoas. As viagens, por exemplo, são uma forma de lazer que os turistas usufruem a fim de descansar e até mesmo a trabalho pois são dias que se pode estar reunido com a família e aproveitar o local escolhido.

O consenso de uma definição de grande amplitude de turismo, fácil de entender e universalmente aceita, provou-se difícil. Isso se deve, em grande parte, a

dois fatores principais: à natureza ampla do tema e ao fato de a indústria do turismo abranger numerosos setores industriais, que, embora diversos, estão inter-relacionados (YOUELL, 2002)

O turismo é uma forma de deslocamento das pessoas por um determinado tempo que não seja o seu habitual com a família ou até mesmo sozinho a fim de descanso ou lazer.

Segundo a *Tourism Society* apud Youell (2002) a definição que é citada no contexto do reino Unido é de que:

Turismo é o movimento temporário e de curta duração de pessoas para lugares externos ao local em que normalmente vivem e trabalham, bem como as atividades que essas pessoas executam durante o tempo em que permanecem nesses lugares; incluem-se aí movimentos por qualquer motivo, assim como visitas diárias e excursões. (TOURISM SOCIETY apud YOUELL, 2002, p.29)

Essa definição de turismo demonstra que ele nada mais é do que o deslocamento de pessoas para fora de um determinado ambiente em que estão habituadas ou das atividades que elas desenvolvem.

Já, para os professores suíços *Hunziker e Krapf* apud Beni (1998) definem o turismo como:

A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória. (HUNZIER e KRAPF apud BENI, 1998, p.38)

No turismo há também os bens turísticos que são conceituados como todos os elementos subjetivos e objetivos ao nosso dispor, dotados de apropriabilidade, passíveis de receber um valor econômico, ou seja, um preço. (BENI, 1998 p.39).

São muitas as formas de se fazer e praticar turismo, hoje em dias as pessoas procuram unir o útil ao agradável, gostam de viajar e estar em locais que sempre sonharam em conhecer e se, para realizar esse desejo, o preço for bem acessível fica melhor ainda.

Beni( 1998 p.39) :

Os bens turísticos podem ser: Materiais (monumentos, museus) e imateriais (clima, paisagem);

- Imóveis (terrenos, casas, hotéis) e imóveis (produtos gastronômicos, artísticos e artesanais);
- Duráveis ou perecíveis (artesanais ou produtos gastronômicos);

- De consumo (bens que satisfazem diretamente as necessidades dos turistas) e de capital (os que são utilizados para a produção de outros bens);
- Básicos, complementares e interdependentes;
- Naturais ou artificiais.

Atrativos turísticos é outro nome para recursos turísticos, que constituem o patrimônio turístico. São elementos passíveis de provocar deslocamentos de pessoas, e que integram o marco geográfico-ecológico-cultural de um lugar, podendo, por sua origem, ser subdivididos em naturais e culturais ( BENI, 1998).

As atrações turísticas têm um papel importante a ser desempenhado no turismo mundial, à medida que geralmente, são o elementos que mais motivam os viajantes, ativando, portanto, os vários componentes da atividade turística (Youell, 2002).

Sendo assim qualquer lugar que tenha uma forma de atrair turistas pode ser considerado local atrativo.

A segmentação traz enormes vantagens e desvantagens, como economia de escala para as empresas turísticas, aumento da concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada, e promoção de maior número de pesquisas científicas (BENI, 1998).

A empresa turística só tem a ganhar se investir pesado na divulgação e na propaganda, pois, vendendo seus produtos da melhor forma, acabam abrindo uma concorrência com as outras empresas e, assim, criando coisas novas, pois todas vão querer ter mais atrações diferenciadas para atrair mais turistas.

Uma das maneiras de estudar o mercado turístico é por meio da sua segmentação, que é a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, e também a política de marketing (BENI, 1998).

Para Youell (2002):

[...] O marketing está relacionado com a identificação das necessidades dos clientes, o desenvolvimento de produtos e serviços para atender a essas necessidades e com a entrega de produtos e serviços ao cliente no momento certo, no lugar certo e ao preço certo (YOUELL, 2002, p. 295)

O Marketing é muito importante no turismo, pois é através dele que é feita a divulgação dos atrativos turísticos e de tudo que podemos encontrar neles. O



marketing precisa estar sempre se aprimorando para fazer com que seus clientes lucrem mais com a divulgação de seus atrativos.

Existe um mito ao redor do Marketing de que ele seja uma atividade que só ocorre uma única vez,mas, segundo Youell (2002):

O Marketing deve ser visto como um processo contínuo de médio e longo prazo, que permite que uma organização desenvolva uma relação lucrativa com seus clientes (YOUELL, 2002, p. 295).

O Marketing está relacionado com a identificação das necessidades dos clientes; com o desenvolvimento de produtos e serviços para atender às necessidades e com a entrega de produtos e serviços ao cliente no momento certo, no lugar certo e ao preço certo (YOUELL, 2002).

Todos os turistas têm um motivo para viajar, e o marketing é uma parte fundamental na escolha de cada pessoa, pois é através dele que ficamos sabendo qual será o melhor local a ser visitado para a ocasião e momento, sem esquecer o melhor preço fornecido.

Outro ponto importante em relação ao turismo é a pesquisa de mercado que pode ser necessária em qualquer etapa do processo de marketing do turismo, talvez vinculada a um estudo de viabilidade para investigar a expansão de uma atração turística ou para avaliar alterações nos níveis de preço (YOUELL, 2002).

As pessoas procuram sempre um conjunto de vantagens ao realizar uma viagem turística, e as pesquisas de mercado são de grande importância, pois, elas indicam quais as principais pontos a serem melhorados do atrativo.

Segundo YOUELL,( 2002):

São várias as fontes de registros de marketing no turismo.

- Dados primários: Levantamentos, observação e grupos de pesquisa;
- Dados secundários: Fontes internas: Registro de vendas. Banco de dados de clientes, ingressos, registro de visitantes, lista de endereços;
- Fontes externas: Anuários comerciais, internet, departamento governamentais, associações comerciais, relatórios da empresa.

As técnicas de marketing são aplicáveis na área de eventos, principalmente por meio das seguintes atividades. (ZANELLA, 2008):

- Desenvolver atividades promocionais;

- Planejar, elaborar e coordenar programas de comunicação com o público direcionado para estimular os níveis de demanda.

## 7.2 EVENTOS

Os conceitos de Eventos são amplos, pois abrangem muitos públicos e uma tipologia diversificada. Dependendo da sua proposta, do ponto de vista de quem realiza e de quem participa, o evento tem definições variadas (MARTIM, 2008).

Os eventos possuem variadas definições. Para saber o tipo de evento que será realizado é preciso primeiramente saber quem participa deste para, assim, definir a sua tipologia.

Eventos são acontecimentos que reúnem de certa forma uma grande quantidade de público, tendo como seu principal objetivo comemorar datas, festas e outros tipos de comemorações que envolvem muito trabalho e que provocam as mais diferentes emoções de todos que estão participando (ZANELLA, 2008).

Eventos é uma forma de promoção que são organizados com antecedência e que reúnem uma grande quantidade de pessoas participantes para expor produtos, tocar ideias e obter novos conhecimentos.

Segundo Meirelles (1999):

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

Para organizar um evento, é preciso que se tenha primeiramente, um acontecimento que já foi pensado, para que assim seus organizadores possam planejá-lo da melhor forma possível, almejando que esses tipos de eventos façam com que as pessoas se unam mais, pois estão todas engajadas para que tudo ocorra conforme o planejado.

“Os responsáveis pelo sucesso do evento devem entender que cada empresa, organização, universidade, tem seu público específico e que alguns são mais importantes que os outros, pois o evento vai mostrar o quanto seus organizadores estão entrosados.”(MEIRELLES, 1999, p. 73).

O sucesso de um evento vai mostrar o empenho que seus organizadores tiveram ao divulgá-lo, pois o sucesso de um evento se dá através de sua divulgação.

Os eventos precisam ter uma série de características para que possam ter sucesso: precisam ser inovadores; chamar a atenção do público por serem diferentes trazendo algo que ainda não tenha sido apresentado, pois as pessoas gostam de novidades e ao participarem de um evento procuram por distração, beleza, sucesso. Também é preciso ter um nome fácil, para que as pessoas possam lembrar-se dele (MELO apud MARTIN, p. 37-38).

Aquilo que é diferenciado atrai a curiosidade dos turistas. As pessoas estão sempre procurando por novidades que as motivem para conhecer e participar desses eventos, procurando por lazer e diversão.

Os Eventos são classificados da seguinte forma, segundo Zanella (2008):

- a) Comerciais: mostra leilão, feira desfile;
- b) Culturais: seminário, curso, fórum;
- c) Sociais: baile, casamento, aniversário;
- d) Artístico/culturais: festival, desfile, show;
- e) Gastronômicos: banquete, coquetel;
- f) Esportivos: competição, excursão, premiação;
- g) Políticos: debate, palestra, convenção;
- h) Históricos: aniversário, comemoração;
- i) Religiosos: encontro, festa, cerimonial;
- j) Científicos ou Técnicos: congresso, seminário.

Um evento nada mais é do que algo que raramente acontece, que foge do nosso dia a dia e reúne muitas pessoas para prestigiar o acontecimento.

Um dos significados da palavra evento é acontecimento. Sua origem vem do termo eventual, o mesmo que casual. Um evento é, portanto, qualquer

acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas (CAMPOS, 2000 p.11).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) afirma que o esporte e o turismo são, possivelmente, as duas atividades que apresentam maior repercussão social e econômica no mundo atual (ANDRADE, 2002).

Conforme (ZANELLA, 2008):

A programação de um evento por uma entidade obedece basicamente ao seguinte roteiro:

- ✓ Objetivo;
- ✓ Data/horário;
- ✓ Local;
- ✓ Numero de participantes;
- ✓ Nível ou perfil dos participantes;
- ✓ Instalações e montagens;
- ✓ Equipamentos;
- ✓ Material de apoio;
- ✓ Serviços a serem executados;
- ✓ Cardápio;
- ✓ Preços e condições de pagamento;
- ✓ Data limite para confirmação da proposta.

Pode-se definir como evento o fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial de gerar novos fluxos de visitantes, ou ainda, evento é todo o fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia (ANDRADE, 2002).

O evento deve estar adequado à infraestrutura da oferta local e manter a harmonia com condições da demanda. A organização de um evento, de acordo com Andrade, 2002 se desenvolve em três etapas:

- ✓ Planejamento;
- ✓ Realização;
- ✓ Avaliação.

### 7.3 CONGRESSO

O congresso pode ser definido como uma reunião formal de participantes de um mesmo grupo profissional, ou de uma entidade associativa que os agrega. O congresso visa estudar ou debater temas de interesse geral de determinada área de atuação (MARTIN, 2008).

Os congressos são eventos que discutem temas dos mais diferentes grupos e nas mais diversas áreas.

São grupos que, durante a duração de determinado evento, se reúnem para expor de formas diferentes suas mais variadas atividades e conhecimentos.

O fator de maior relevância de um congresso é a difusão de novas teorias e conceitos, pela integração dos participantes em torno das matérias abordadas. (ZANELLA, 2008).

O congresso faz com as pessoas possam debater sobre diversos temas que são de interesse de todos que estão participando fazendo com que haja uma integração entre as pessoas e todas possam saber mais sobre vários temas.

Os congressos podem ter vários temas bem diversificados, que se relacionam com a proposta do evento representado (assuntos da atualidade e de interesse específico de determinada categoria ou ramo profissional), podendo ter caráter profissional, técnico, cultural, artístico, político, histórico etc. (ZANELLA, 2008).

Segundo Martin (2008):

As sessões de trabalho dos congressos são divididas em várias atividades, como: mesa-redonda, reuniões, debates, painel. Os temas podem ser oficiais ou livres (MARTIN, 2008, p.48)

As atividades que são apresentadas nos congressos recebem o nome de “anais”, que são reunidos em um conjunto e entregues aos participantes do evento, de acordo com sua natureza e importância. (ZANELLA, 2008).

Para que o andamento de um congresso seja bom é necessário que haja um conjunto de pessoas que fazem parte dessas atividades. Há uma estrutura operacional em um congresso que se faz necessária para o bom andamento do mesmo que geralmente é composta de um mestre-de-cerimônias, oradores, painelistas, debatedores, coordenador ou moderador. Durante os congressos

também pode haver outras atividades paralelas na programação que podem ser sociais, passeios, e comemorações (ZANELLA, 2008).

Outro ponto que é bastante importante na realização de um congresso é a escolha da cidade, sendo levados em conta diversos aspectos, como as condições financeiras da cidade. A cidade onde se realiza o congresso (ou qualquer outro evento) é chamada de sede do evento ou núcleo receptor. Ela é escolhida levando-se em conta os aspectos físicos e as condições financeiras e técnicas. (CAMPOS, et al 2000).

Para poder atender da melhor forma os participantes de um congresso, são utilizados todos os serviços turísticos oferecidos pelo núcleo receptor, como hotéis de diferentes categorias, para melhor atender o participante, bem como, passeios pela cidade para conhecimento da mesma (CAMPOS, et al 2000).

Segundo Martin (2008, p.48):

No Brasil, o pequeno evento (100 a 500 pessoas) é o tamanho padrão dos congressos, que representam metade do universo, seguido pelos grandes eventos (2.500 a 5.000) com 40% do total ( MARTIN, 2008, p. 48)

Todo o palestrante que expõe seus trabalhos é remunerado, menos em congressos beneficentes. Na formulação dos convites deve-se, deixar clara a intenção de firmar um contrato de prestação de serviços (CAMPOS et al 2000, p.77).

Congresso é um encontro solene de grande porte, com número elevado de participantes, promovido por entidades ou associações de classes, e pode ter caráter regional, nacional ou internacional (ZANELLA, 2008).

A estrutura operacional de um congresso, em geral, compõe-se de: mestre de cerimônias, oradores, painelistas, debatedores, coordenador ou moderador (ZANELLA, 2008).

Os congressos apresentam uma reunião periódica de integrantes de determinadas categorias, promovida por entidade associativa que os agrega. “Os congressos atuam como veículos de intercâmbio setorial e de difusão técnico-científica, acelerando o desenvolvimento das categorias profissionais”, segundo a Embratur ( ANDRADE, 2002 p. 45).

## 8 TURISMO DE EVENTOS

No campo do turismo, os eventos constituem-se numa alternativa importante e significativa. Para Bahl (2004, p.17):

A importância dos eventos para o turismo está associada tanto aos aspectos econômicos, quanto aos sociais e culturais. O mesmo pode ser dito em relação às interações e benefícios que trazem para as localidades onde são executadas (BAHL, 2004, p. 17)

Uma cidade que possui grandes eventos, como sua marca principal, está contribuindo, não só para a sua economia,( já que com a visitação de um grande número de turistas no local crescem as vendas e as hospedagens nos hotéis) mas também para divulgar a cultura característica do local em outras cidades e países.

Andrade, complementa, ressaltando que:

Turismo de Eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de Eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesse de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa [...]. (ANDRADE apud MATIAS, 2001, p. 34).

O turista de eventos é motivado por interesses profissionais, atividades de trabalho e lazer, tornando-se um consumidor com grande potencial de consumo de diversão. Esse mesmo turista poderá retornar com a família para os locais que mais lhe agradarem e aumentar a vinda desses para a cidade , assim como o números de prestadores de serviços.

Segundo Matias (2001, p. 31), “A consolidação da atividade Eventos e de turismo de Eventos ocorreu no século XVII, com o advento da Revolução Industrial, que trouxe um novo estímulo para a atividade comercial existente desde a Idade Média, a “feira” [...]”.

Há vários responsáveis pelo sucesso do turismo de eventos, que pode variar de acordo com o local. Em localidades menores, os responsáveis podem ser limitados ao governo do comércio local. Já em territórios maiores, há uma maior quantidade de pessoas envolvidas, como órgãos públicos (ALLEN et al, 2008).

## 9 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO

É difícil entender o comportamento do turista de hoje ou prever suas atitudes futuras se não se comprometer um pouco o seu passado. A história do comportamento do turista é um tema complexo. Além disso, há uma relativa carência de dados empíricos ou artefatos para que se possa derivar uma história ou cronologia do comportamento dos primeiros turistas (SWARBROOKE e HORNER, 2002 p. 35).

Para entender o que se passa na cabeça dos turistas, é preciso primeiramente, se pôr no seu lugar, estudar se o local a ser visitado é realmente o que foi divulgado, a fim de satisfazer a curiosidade do turista e de que ele saia realmente satisfeito do local.

Ainda, para swarbrooke e horner:

A finalidade dos modelos de comportamento do consumidor é buscar proporcionar uma versão simplificada das relações entre os diversos fatores que influenciam o comportamento do consumidor. (SWARBROOKE e HORNER, 2002, p. 35).

Os modelos foram desenvolvidos para descrever tal comportamento na tentativa de controlar padrões comportamentais.

### 9.1 DEFICIÊNCIAS ATUAIS EM PESQUISA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO

Se, por um lado, se têm registrado melhorias nos últimos anos, por outro, também se constata algumas deficiências de caráter geral na pesquisa sobre o comportamento do consumidor em turismo (SWARBROOKE e HORNER, 2002).

Com o passar dos anos, muitas são as evoluções geradas em relação ao comportamento do turista, mas há ainda muita coisa a ser mudada em pesquisas que realmente apontem soluções para essas deficiências.



Ainda segundo os autores as deficiências talvez possam ser evitadas mediante a resolução dos problemas inerentes à coleta e interpretação de dados de pesquisa em turismo que são:

- grande parte dos dados encontra-se desatualizada e fundamentada em pequenas amostras de turistas, nas quais não se pode confiar.
- carência de estudos de fôlego que nos permitam ver como o comportamento do turista vem se transformando com o tempo.
- as técnicas para reunir as percepções dos turistas são relativamente pouco desenvolvidas e carecem de sofisticação.
- faltam dados comparativos sobre diferenças nacionais e culturais relacionadas ao comportamento do turista.
- ausência de dados empíricos confiáveis sobre as motivações e determinantes do comportamento do turista.
- são raros os mecanismos que permitam disseminação de dados de uma forma que seja manipulável pelos praticantes.
- não saber o suficiente sobre como o comportamento dos turistas relaciona-se ao modo como eles consomem outros produtos.
- muito frequentemente, dados de mais alta qualidade coletados por organizações do setor privado são comercialmente sensíveis e em geral não disponíveis.

## 9.2 A IMPORTÂNCIA DA SATISFAÇÃO DO TURISTA

Para poder satisfazer os turistas é preciso levar em conta uma série de razões, que são determinantes na hora de conquistar os turistas e fazer com que eles se sintam bem visitando o local desejado.

Segundo SWABROOKE e HORNER (2002), é importante satisfazer o consumidor em três razões:

- A satisfação leva a recomendações positivas no boca a boca para parentes e amigos, o que por sua vez traz novos clientes.

Ao visitar um determinado atrativo turístico espera-se ser bem recebido e encontrar tudo o que se busca e assim poder divulgar para outras pessoas, aumentando o fluxo de turistas que irão visitar o local.

- Criar um cliente recorrente, satisfazendo-o na primeira ocasião com o uso do produto que origina uma fonte estável de rendimentos, sem nenhuma necessidade de gastos adicionais com marketing.
- Lidar com queixas é caro, consome tempo e é ruim para a reputação da empresa. Além disso, pode trazer custos diretos mediante pagamentos compensatórios.

Tem-se que trabalhar sempre para melhor satisfazer os clientes, pois com o crescimento de reclamações o atrativo perde em termos de visitação e também em termos financeiros.

## **10 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO**

### **10.1 CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL**

O Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul teve início em 1968, em Nova Prata, por iniciativa da comunidade pratense. Empresários, técnicos, professores, pesquisadores e lideranças locais e regionais entenderam que o município poderia sediar um evento de tal importância para a região e para o Estado. Unidos de grande disposição e determinação estabeleceram os rumos daquilo que está sendo consolidado há 44 anos com as sucessivas edições do Congresso Florestal e do Seminário Mercosul da Cadeia Madeira. A iniciativa tinha como objetivo estabelecer um fórum de discussão do setor florestal e suas associações com outros setores da economia gaúcha, considerando que a exploração das florestas naturais, especialmente as florestas de Araucária angustifolia, alavancou o desenvolvimento socioeconômico de grande parte do Estado.

A partir da realização do 10º Congresso Florestal e 1º Seminário Mercosul da Cadeia Madeira, com o intuito de dar maior abrangência e atrair maior participação da sociedade gaúcha, foram realizados Seminários Regionais Preparatórios, de novembro de 2007 a julho de 2008, em 11 regiões do Estado do Rio Grande do Sul, envolvendo cerca de 1000 participantes, entre técnicos, empresários, professores, pesquisadores e estudantes.

Os principais temas abordados no 11º Congresso Florestal Estadual do RS e 2º Seminário da Cadeia Madeira, são os seguintes: mudanças climáticas; sequestro de carbono em diferentes ecossistemas; o clima do Rio Grande do Sul; Código Florestal; sistemas produtivos integrados; cadeia madeira; manejo florestal sustentável; mercado global de produtos e serviços florestais e as perspectivas para o Brasil e para o Estado; turismo rural e políticas públicas para o setor florestal.

Fonte: [www.congressoflorestalrs.com.br](http://www.congressoflorestalrs.com.br)

## 10.2 IMAGENS DO 11º CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL 2012

FIGURA1: Público assistindo ao Congresso



Fonte: a autora(2012)

FIGURA2: Público assistindo ao Congresso



Fonte: A autora(2012)

FIGURA 3: Folder do Congresso



Fonte: a autora(2012)

FIGURA4: Local do evento

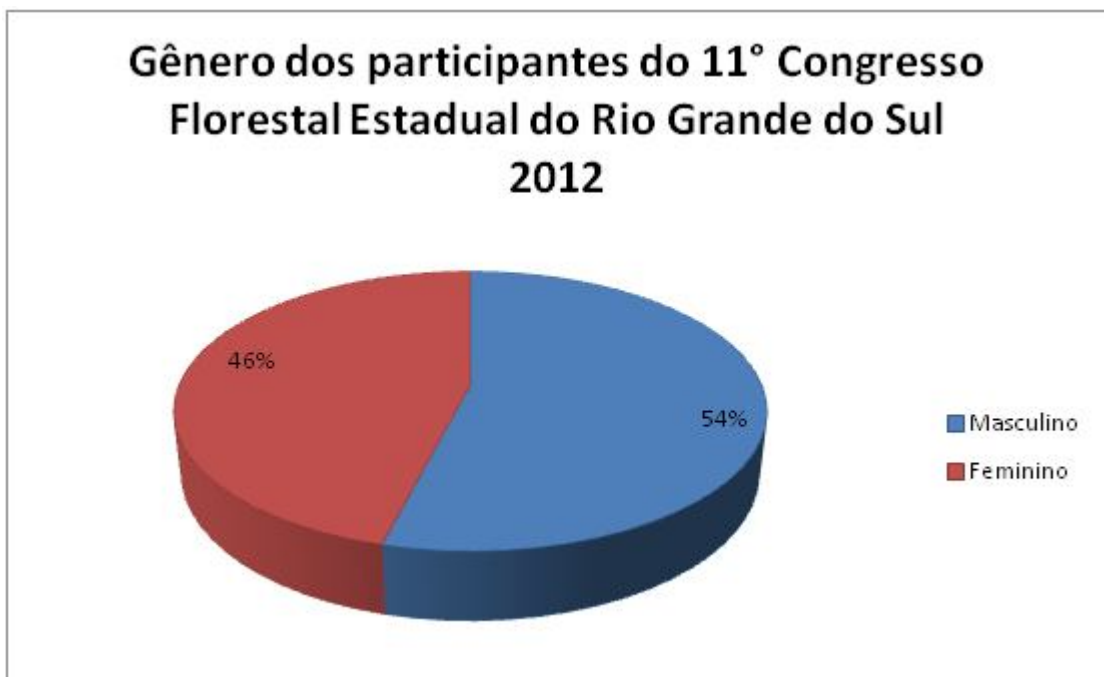


Fonte: a autora(2012)

## 11 ANÁLISE DOS DADOS LEVANTADOS

Com base nas respostas do questionário proposto no trabalho (apêndice A), com uma amostragem de 50 pessoas, é possível destacar inicialmente que em relação à pergunta de número um (1) que se refere ao gênero dos participantes do congresso, pode-se observar que os a porcentagem de homens é maior em relação a das mulheres. Segundo Swarbrooke (2002,p.92) Um aspecto da demografia que a do turismo parece acreditar e que determinar as motivações pessoais é o gênero. Como podemos observar no gráfico a seguir:

FIGURA 5: Gênero dos participantes do Congresso

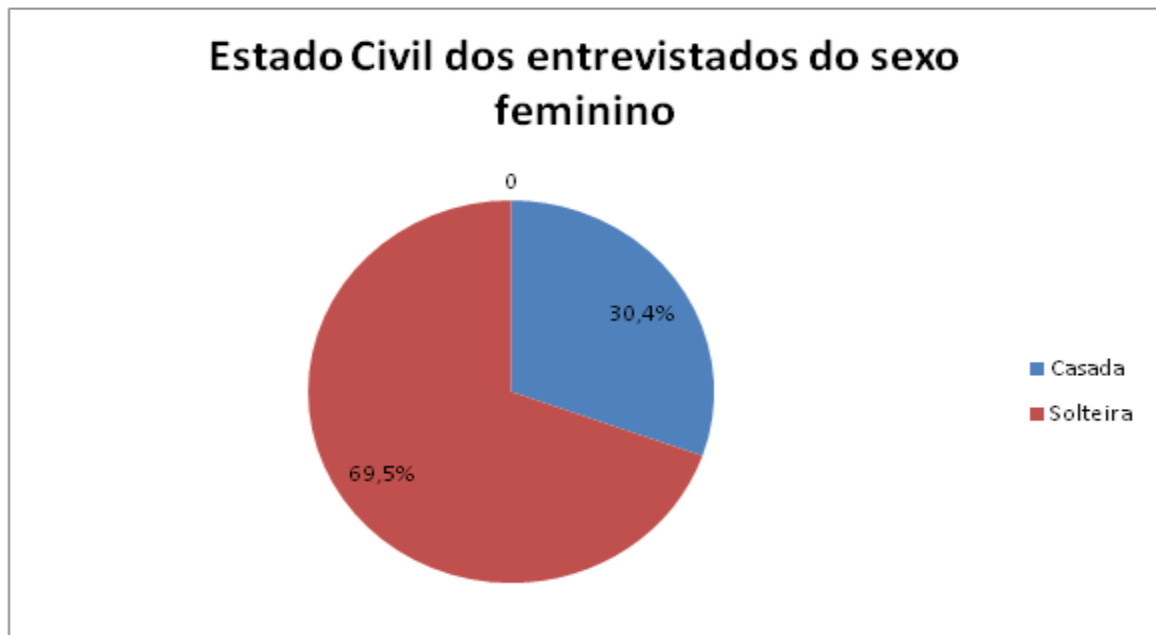


Fonte: elaborado pela autora(2012)

Já em relação à questão de número dois (2), que questionou os entrevistados quanto ao seu estado civil dos mesmos, foi constatado que, dos participantes do sexo feminino, 69,5% são pessoas solteiras, e que 30,4% são casadas como pode-se observar no gráfico seguinte:



FIGURA 6: Estado civil dos entrevistados do sexo feminino



Fonte: elaborado pela autora(2012)

Ainda, em relação à questão de número dois (2), analisando o estado civil dos entrevistados do sexo masculino pode-se verificar que 40,7% são solteiros, 51,9% são casados e apenas 7,4% são divorciados. Esse resultado é ilustrado por meio do gráfico a seguir:

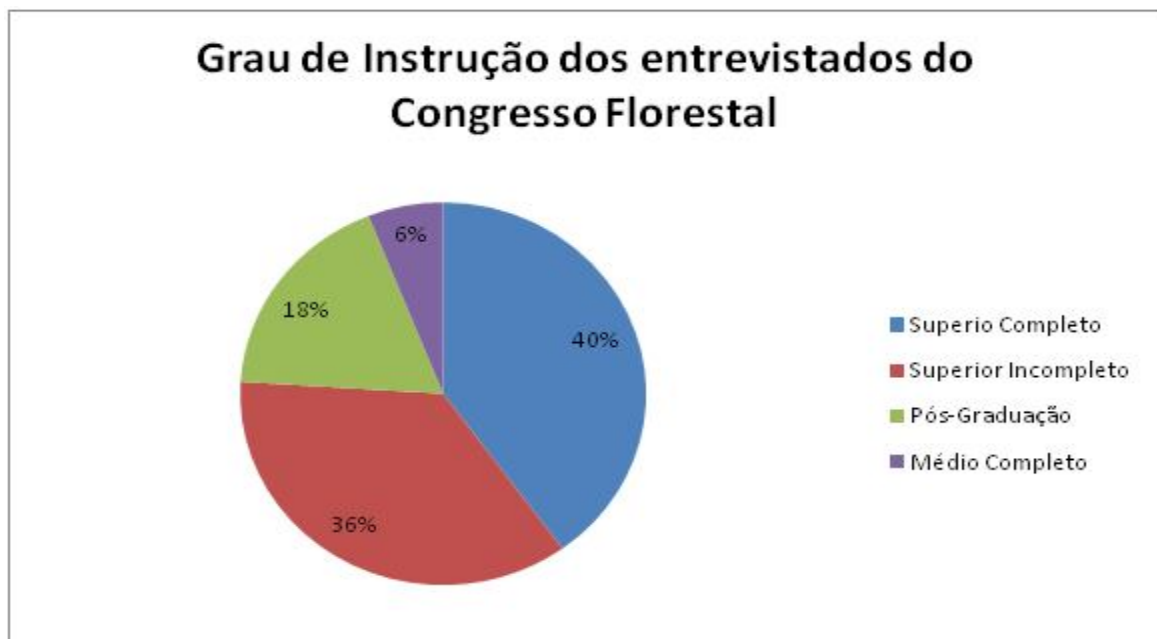
FIGURA 7: Estado civil dos entrevistados do sexo masculino



Fonte: elaborado pela autora(2012)

Considerando a questão três (3), na qual foi perguntado aos entrevistados sobre qual seria o grau de instrução deles, foi observado que 36% possuem o ensino Superior Incompleto; 40% o ensino Superior Completo; 18% possuem pós-graduação e 6% tem apenas o ensino Médio Completo. Esses dados podem ser observados conforme percentuais apontados no gráfico abaixo:

FIGURA 8: Grau de instrução dos entrevistados do Congresso Florestal

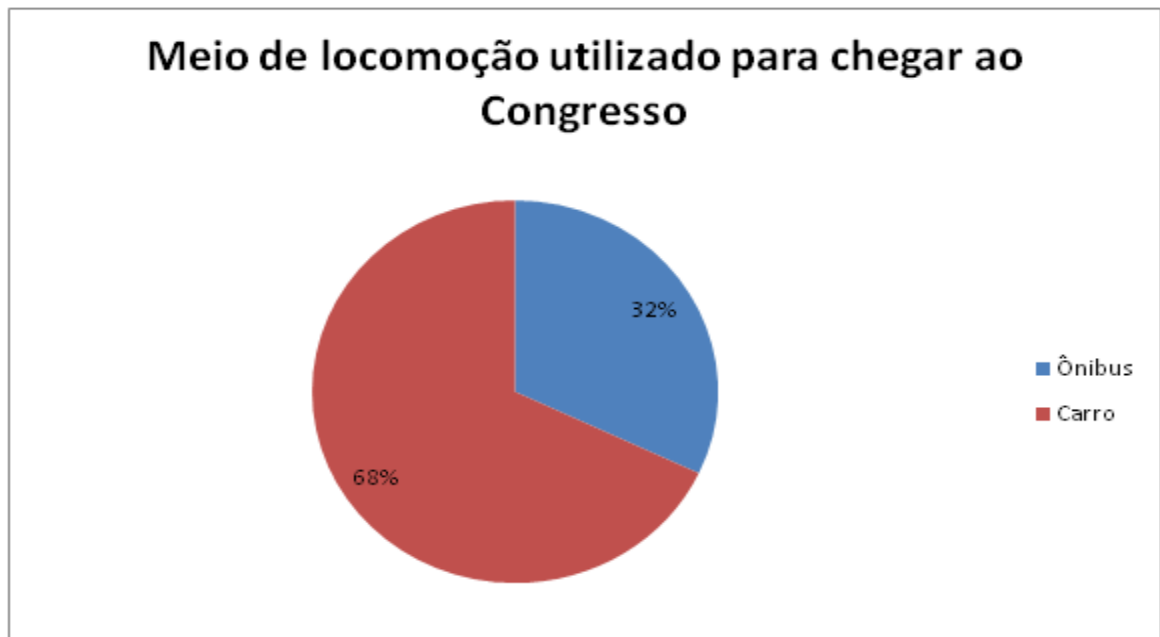


Fonte: elaborado pela autora( 2012)

Quando questionados, na questão quatro (4) a respeito dos meios de locomoção utilizados para chegar ao congresso, a minoria dos entrevistados respondeu que utilizou o ônibus e, a grande maioria, que utilizou o carro como meio de transporte. Segundo Beni (1998, p.192), o deslocamento pode ser feito através de diversos meios de transporte de acordo com a preferência do turista, condicionada geralmente ao custo da viagem. Pode-se observar esse resultado no gráfico seguinte:



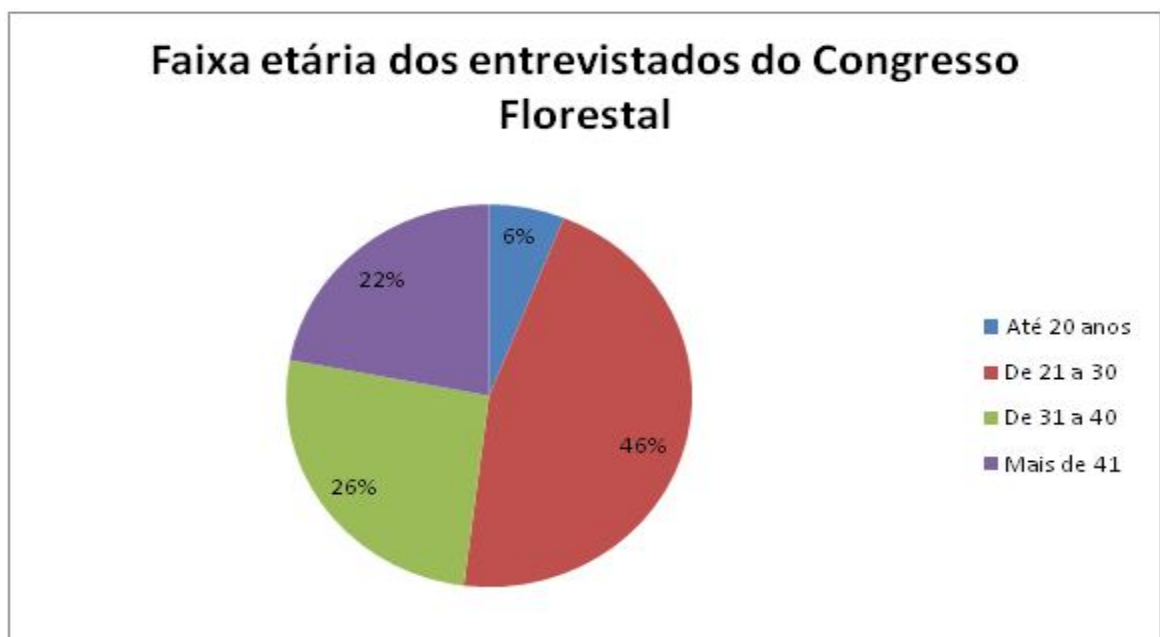
FIGURA 9: Meio de locomoção utilizado para chegar ao Congresso



Fonte: elaborado pela autora(2012)

Considerando a questão cinco (5) quando foi perguntado aos entrevistados sobre sua faixa etária, é possível, observar os resultados através do gráfico abaixo:

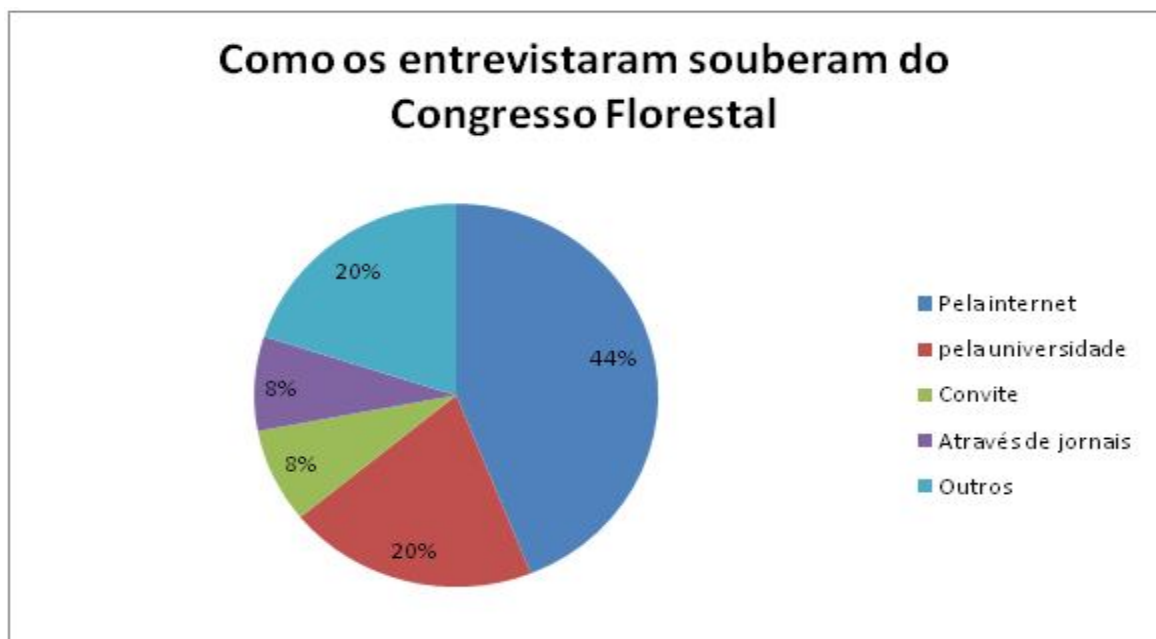
FIGURA 10: Faixa etária dos entrevistados do congresso florestal



Fonte: elaborado a autora (2012)

Em relação à questão seis (6) que investigou como os entrevistados como souberam do congresso, pode-se observar que a maioria soube pela internet seguido os que souberam pela universidade e por outros motivos citados e aqueles que tiveram conhecimento por jornais e convite. Segundo Campos Menescal (2000, p.151) A comunicação da imprensa ou do evento pode ser feita em várias mídias – desde o jornal local até a internet. A escolha dessa ou daquela mídia se dará com a análise do público- alvo e do evento. Esses dados são ilustrados no gráfico abaixo:

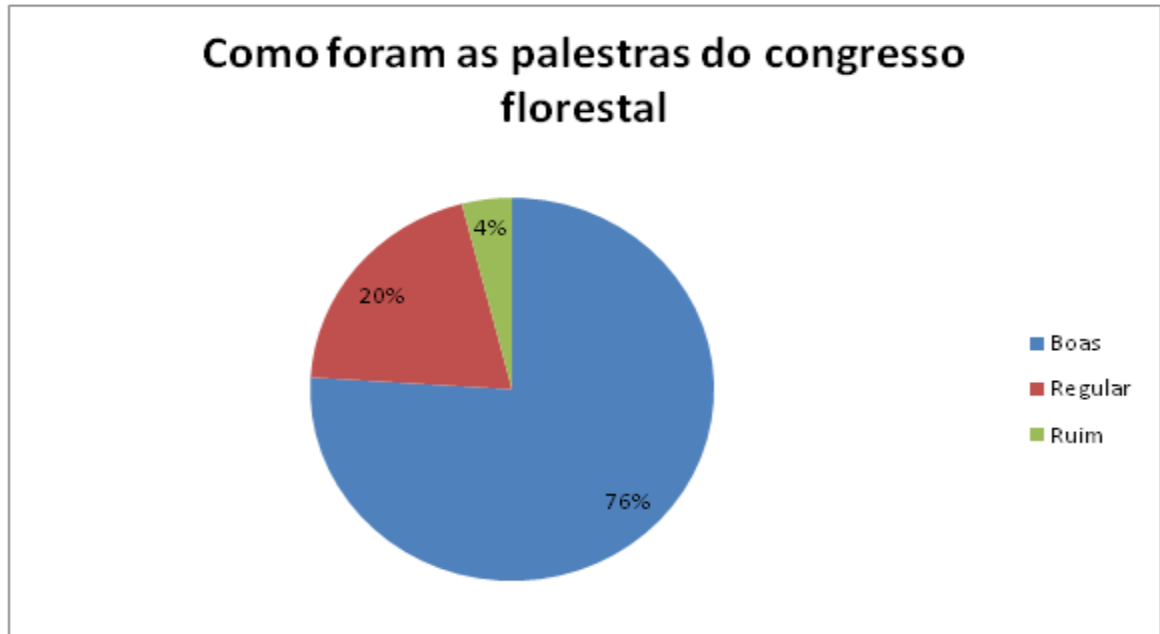
FIGURA 11: Como os entrevistados souberam do congresso florestal



Fonte: elaborado pela autora(2012)

Considerando a questão sete (7), que questionava sobre como haviam sido as palestras, obtivemos os resultados, a maioria considerou que as palestras foram boas com 76%, em segundo lugar vem as que acharam regular com 20% e por último com 4% que acharam as palestras ruins como apresentados no gráfico que segue:

FIGURA 12: Como foram as palestras do congresso florestal



Fonte: elaborado pela autora (2012)

Já em relação a questão oito (8), que solicitava aos entrevistados a avaliação da organização geral do congresso, a grande maioria 84% consideram a organização boa, depois com 12% os que acharam regular e por fim os que acharam ruim com apenas 4% pode-se observar os dados apresentados no gráfico abaixo:

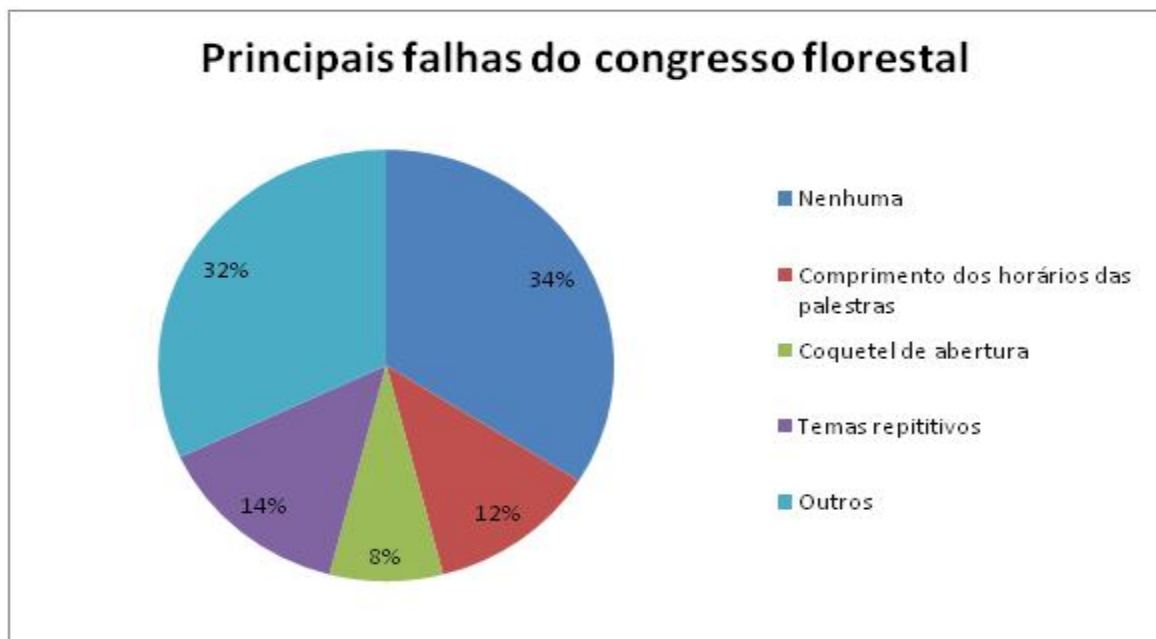
FIGURA 13: Como os entrevistados avaliam a organização geral do congresso



Fonte: elaborado pela autora (2012)

Na questão nove (9), foi perguntado aos entrevistados quais eram as principais falhas encontradas no congresso, 34% dos entrevistados não encontraram nenhuma falha relevante os resultados podem ser observados no gráfico abaixo:

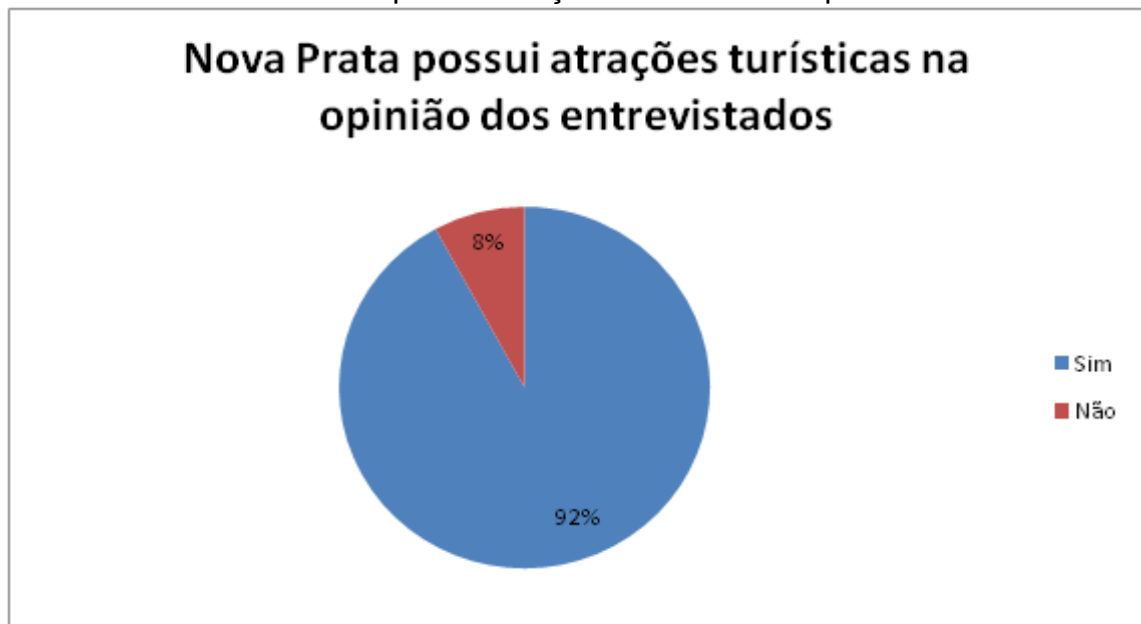
FIGURA 14: principais falhas do congresso florestal



Fonte: elaborado pela autora(2012)

Em relação à questão Dez (10), que procurou investigar se os entrevistados achavam que Nova Prata possuía atrações turísticas, houve um grande percentual de resultados positivos, a maior parte dos entrevistados 92% acham que a cidade possui atrações turísticas e apenas 8% dizem desconhecer essas atrações como é possível verificar no gráfico que segue:

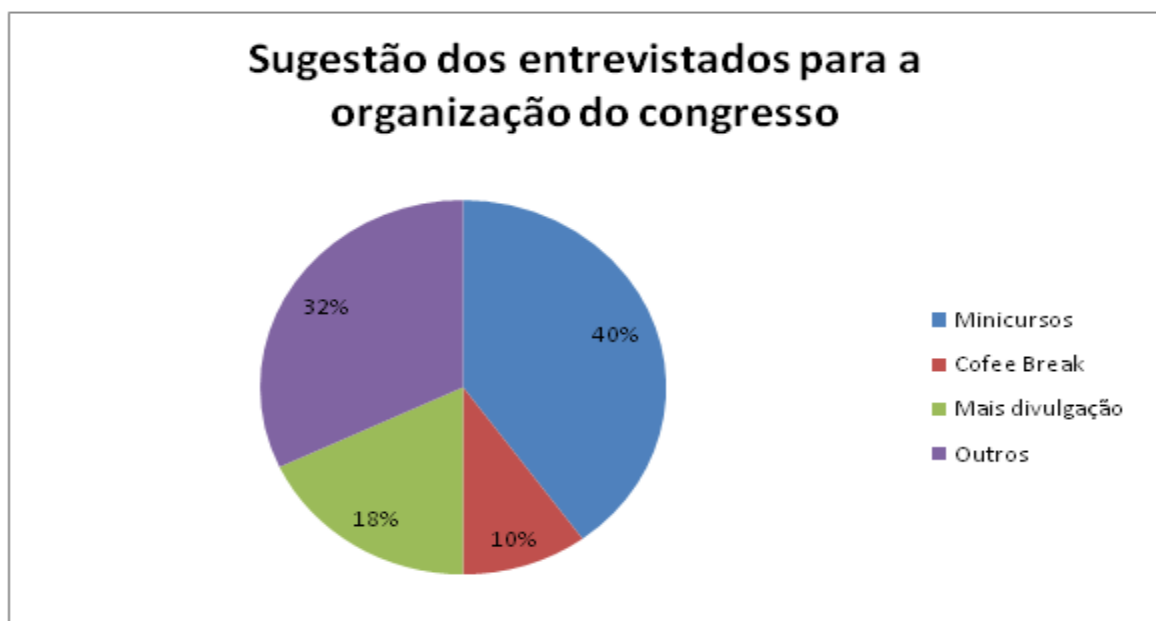
FIGURA 15: Nova Prata possui atrações turísticas na opinião dos entrevistados



Fonte: elaborado pela autora (2012)

Na questão onze (11), foi solicitado que os entrevistados apontassem sugestões para a organização do congresso; o que deve ser mudado ou acrescentado nas próximas edições; o que servirá para que os organizadores fiquem atentos para saber a opinião dos principais responsáveis pelo sucesso do congresso, como apresenta o gráfico que segue:

FIGURA16: Sugestões dos entrevistados para a organização do congresso



Fonte: elaborado pela autora (2012)

## 12 CONCLUSÃO

A partir da análise dos dados coletados na pesquisa a partir do qual foi aplicado um questionário a 50 pessoas que participaram do Congresso Florestal Estadual do Rio Grande do Sul 2012, quando se tinha por objetivo caracterizar o perfil dos participantes do congresso, é possível afirmar que a maioria dos entrevistados é do sexo masculino. Podemos afirmar ainda que grande parte dessas pessoas é casada, seguidos dos solteiros e um percentual baixo de homens divorciados.

As mulheres também participam e se interessam pelos assuntos abordados no congresso. Elas marcaram presença em 46% dos entrevistados, sendo a maioria solteira, seguida de mulheres casadas.

Houve no congresso uma grande participação de pessoas dos mais diferentes níveis de instrução, mostrando que o congresso é um evento que agrada a todos, não direcionando o evento a nenhum grau de instrução específico. A grande maioria dos entrevistados possui o ensino superior completo, seguido dos que possuem o ensino superior incompleto (alunos universitários do curso de engenharia florestal), e uma significativa participação de pessoas com pós-graduação e um percentual mais baixo, porém não menos significativo, de estudantes do ensino médio completo.

São vários os meios de locomoção que existem nos dias de hoje para se poder chegar ao local desejado. O mais utilizado pelos participantes do congresso foi o carro, talvez pela comodidade que ele oferece de deslocamento, e até mesmo para conhecer os outros atrativos da cidade. Na sequência dos meios de transporte utilizados está o ônibus, muitos se deslocaram de outras cidades através de excursões.

O congresso florestal é um evento voltado aos mais diferentes níveis de conhecimento e públicos, de diferente faixa etária, com palestras que agradam a cada tipo de público, quanto a faixa etária dos entrevistados possuem entre 21 e 30 anos são os universitários que vieram com suas faculdades; depois os da faixa etária de 31 a 40 anos, seguidos dos de mais de 41 anos e uma pequena margem de entrevistados que possuem até 20 anos.

Foram muitos os meios de divulgação utilizados pela organização do congresso como forma de atrair e convidar o público a prestigiar esse grande evento que acontece na cidade de Nova Prata. Segundo os entrevistados, a maioria soube do congresso pela internet, que hoje em dia é um dos meios mais utilizados para a divulgação de eventos, pois abrange um diversificado tipo de público, outros ficaram sabendo do evento através das universidades que também apoiam e incentivam esse evento como forma de aprendizado para seus estudantes. Também houve participantes que souberam através de jornais e convites enviados pela organização.

As palestras também foram avaliadas para que a organização possa saber o que pode ser melhorado nas próximas edições. Uma grande maioria julgou que as palestras estavam boas, atendendo as suas expectativas, mas houve também quem achou regular, pois alguma coisa ficou faltando no assunto, e um pequeno percentual achou ruim. Pode-se avaliar, portanto, de uma forma geral que o congresso e as palestras agradaram a maioria dos participantes entrevistados.

A organização geral do congresso é muito importante para o sucesso do evento, pois é através dela que outras pessoas tomam conhecimento do mesmo e por consequência disso, participam, e nos dias do evento são eles que cuidam para que tudo corra bem. A maior parte dos entrevistados apontou que a organização do congresso está boa, mostrando, assim, que a forma de divulgação está dando resultados. Mas, alguns dos entrevistados julgaram que a organização está regular, podendo melhorar um pouco mais, e alguns mencionaram que está ruim.

As falhas também fazem parte dos eventos. Sendo assim os entrevistados citaram alguns pontos a serem melhorados que com certeza foram insignificantes perto da grandiosidade do acontecimento e que podem ser corrigidas nas próximas edições. Os principais problemas foram o não cumprimento do horário das palestras, falta de um coquetel de abertura do congresso, temas muito repetitivos. Alguns apontaram que o congresso não apresentou nenhum problema significativo.

A maioria dos entrevistados mencionou que Nova Prata possui atrações turísticas, as quais podem ser conhecidas pelos congressistas durante o intervalo das palestras, o que faz com que a cidade se torne cada vez mais conhecida por pessoas de outras cidades, que acabam divulgando-a a outras pessoas. Alguns disseram que a cidade não possui atrações turísticas, talvez por desconhecê-la.

As principais sugestões apontadas pelos entrevistados para a organização do congresso foi ter minicursos durante as palestras, ter *coffee break*; ter mais divulgação do congresso. Com certeza essas sugestões irão servir para que a organização possa corrigir as principais falhas e melhorar cada vez mais a cada edição do congresso florestal.

As informações obtidas foram de fácil acesso já que existe um *site* que contém muitas notícias sobre o congresso, além de informações cedidas pela secretária executiva Ana Paula Giombelli, e pelo presidente, o Sr. Aino Victor Ávila Jaques, que se disponibilizaram a responder tudo que era a eles solicitado, deixando o trabalho mais rico em informações e ajudando a contar a história do congresso.

Considera-se, assim, de grande importância a realização do congresso. Um evento como esse deveria ser realizado todos os anos, pois ele é muito valioso e importante para a cidade, em termos de economia e de turismo. A população espera que a cada ano novas pessoas sejam convidadas a participar, com assuntos cada vez mais diversificados.

O congresso florestal, portanto, é um evento muito importante para a cidade de Nova Prata, mas acredita-se que para ficar melhor poderia ser criado um “centro de eventos”, como suporte para esses acontecimentos que são realizados em Nova Prata.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLEN, Johnny; *et al.* **Organização e gestão de eventos.** Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2008.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos.** Caxias do Sul, Educs, 2002.

BAHL, Miguel. **Turismo e Eventos.** Curitiba: Editora Prototexto, 2004.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo, SP, Editora Senac, 1998.

CAMPOS, Luiz Cláudio; *et al.* **Eventos Oportunidades de Novos Negócios.** Rio de Janeiro, RJ :Senac Nacional,2000.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos.** 1. ed.São Paulo: Atlas, 2008.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.** Barueri, SP: Manole, 2001.

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

SWARBROOKE, John e HORNER.Susan. **O comportamento do consumidor no Turismo.** São Paulo- SP: Aleph, 2002.

YOUELL, Ray. **Turismo: Uma introdução,** São Paulo SP, Editora Contexto, 2002.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SITE CONSULTADO

<http://www.congressoflorestalrs.com.br>

## APÊNDICE

Esta pesquisa tem por objetivo a elaboração de um diagnóstico que aponte o perfil dos visitantes do Congresso Florestal do Rio Grande do Sul 2012. O trabalho será desenvolvido pela acadêmica Monica Rampazzo, sob orientação do Prof. Dr. Eurico de Oliveira Santo, como requisito parcial para a conclusão do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – CARVI.

### QUESTIONÁRIO:

- 1) Gênero: (    ) Masculino            (    ) Feminino
  
- 2) Estado Civil: \_\_\_\_\_
  
- 3) Grau de Instrução:
  - (    ) Fundamental Incompleto    (    ) Fundamental Completo
  - (    ) Médio Incompleto            (    ) Médio Completo
  - (    ) Superior Incompleto        (    ) Superior Completo
  - (    ) Mestrado                    (    ) Doutorado
  
- 4) Meio de locomoção usado para chegar aqui:
  - (    ) ônibus    (    ) carro    (    ) taxi    (    ) avião-carro
  - (    ) outros Qual: \_\_\_\_\_
  
- 5) Qual é sua faixa etária?
  - (    ) até 20 anos    (    ) de 21 a 30 anos    (    ) de 31 a 40 anos    (    ) mais de 41 anos
  
- 6) Como soube do Congresso?
  
- 7) Como foram as palestras?
  - (    ) boa
  - (    ) regular
  - (    ) ruim
  
- 8) Como avalia a organização geral do Congresso?
  - (    ) bom
  - (    ) ruim
  - (    ) regular
  
- 9) Quais as principais falhas?
  
- 10) Você acha que Nova Prata tem atrações turísticas?
  - (    ) sim
  - (    ) não
  
- 11) Teria alguma sugestão para a organização do Congresso?