

EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS FOTOGRAFÍCOS: VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA EM EVENTOS DE GRANDE PORTE

MAIARA DA SILVA PEREIRA¹

ORCID: 0000-0003-0022-0778

NATÁLIA JANUÁRIO AFONSO²

ORCID: 0000-0003-0525-7385

PÍTIAS TEODORO³

ORCID: 0000-0002-0546-4272

VIRGÍLIO CÉZAR DA SILVA E OLIVEIRA⁴

ORCID: 0000-0002-9816-2985

Recebido em 05.11.2021

Aprovado em 30.10.2022

Resumo

O objetivo deste estudo é verificar a viabilidade econômico-financeira da prestação do serviço de registro, processamento, armazenamento e transmissão de arquivos com fotografias em eventos de grande porte. As técnicas de pesquisa empregadas em sua realização foram a pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise documental. Os resultados detalham características do sistema a ser proposto, a propensão de aquisição do serviço (em determinado nível de preço) por 63 indivíduos e traços característicos dos festivais Festa do Peão de Barretos, Rock in Rio, Lollapalooza e Planeta Atlântida (em 2020). Diante de evidências coletadas e de elementos-chave simulados, é possível concluir que há demanda para o serviço proposto, que é possível desenvolver um software para viabilizá-lo e que a iniciativa possui viabilidade econômico-financeira, se observadas as premissas discutidas

Palavras-chave: Experiência turística. Prestação de serviços fotográficos. Turismo. Viabilidade de serviços turísticos

TOURIST EXPERIENCE AND PROVISION OF PHOTOGRAPHIC SERVICES: ECONOMIC AND FINANCIAL FEASIBILITY IN LARGE EVENTS

Abstract

¹ Bacharela em Administração, Universidade Federal Fluminense, Brasil. pereiramaiara199@gmail.com

² Bacharela em Administração, Universidade Federal Fluminense, Brasil. natalia.afonsovr@gmail.com

³ Doutor em Engenharia de Transportes, Universidade Federal Fluminense, Brasil. pitiasteodoro@yahoo.com.br

⁴ Doutor em Administração, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. virgilio.oliveira@ufjf.br

The objective of this text is to verify the economic and financial viability of the service of registration, processing, storage and transmission of files with photographs in large events. The research techniques used in its realization were bibliographic research, interviews and document analysis. The results detail the characteristics of the system to be proposed, the propensity to purchase the service (at a given price level) by 63 individuals and characteristics of the Festa do Peão de Barretos, Rock in Rio, Lollapalooza and Planeta Atlântida festivals (in 2020). In view of the collected evidence and simulated key elements, it is possible to conclude that there is demand for the proposed service, that it is possible to develop software to make it viable and that the initiative has economic and financial viability, if the discussed premises are observed

Keywords: Tourist experience. Provision of photographic services. Tourism. Feasibility of tourist services

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico relacionado ao movimento de pessoas para lugares fora de seu local de residência usual (NACIONES UNIDAS, 2010). Trata-se de uma atividade importante para a economia, pois gera negócios, emprego, renda, produção de bens e serviços, melhoria na infraestrutura, desenvolvimento cultural e social nas localidades. Em 2018, o setor turístico representou 8,1% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (impacto direto e indireto), movimentando US\$ 152,5 bilhões (MINISTÉRIO DO TURISMO, MTUR, 2019).

O segmento de Turismo de Negócios e Eventos, principal nicho turístico para implantação do serviço discutido neste trabalho, contribui para gerar e fortalecer relações sociais, culturais e comerciais (CARNEIRO; FONTES, 1997). Em 2013, foram realizados cerca de 590.000 eventos no Brasil, que geraram R\$ 48,7 bilhões em impostos e 7,5 milhões de empregos e, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Eventos, ABEOC (2019), estima-se que o setor cresceu, em média, 6,5% ao ano no período de 2013 a 2019.

O comportamento do consumidor de turismo vem se transformando, adquirindo novas expectativas e motivações (MTUR, 2010b) e, entre essas, destaca-se a forma como a fotografia ganhou espaço nas relações pessoais. A fotografia tem sido utilizada como um meio de concretização da exposição das pessoas, pois, ao visitarem um local, utilizam as mídias sociais para mostrar onde estão, por onde passaram, criando memória (ALVES; COSTA; PERINOTTO, 2017).

O desejo de registrar e compartilhar experiências pessoais, por meio de fotografias, pode ser vinculado a oportunidades de ampliação de valor social e econômico aos eventos.

Valor social na medida em que o registro fotográfico pode ser realizado e disponibilizado em tempo real, com qualidade superior às fotografias de aparelhos celulares, tendo o ambiente no qual o evento ocorre como contexto. Valor econômico, pois o serviço de registro fotográfico pode ser prestado mediante contrapartida financeira. O usuário contrataria um serviço no qual seria possível registro, processamento, armazenamento e transmissão de arquivos com fotografias, permitindo ao usuário compartilhar sua experiência quando quisesse, inclusive ao mesmo tempo em que está no evento.

Ante ao exposto, apresenta-se o questionamento que será tratado e respondido ao longo do trabalho: é viável prestar serviços para gerenciar o fluxo de comercialização, produção, armazenamento e disponibilização, em tempo real, de fotografias em eventos?

É, portanto, objetivo deste estudo verificar a viabilidade econômico-financeira da prestação do serviço de registro, processamento, armazenamento e transmissão de arquivos com fotografias em eventos de grande porte, vinculando, via sistema informatizado, cada registro ao usuário. Para tanto, será considerada a possibilidade de instalação de um sistema e a prestação de serviços fotográficos em eventos com grande fluxo de pessoas, por tempo determinado.

A análise da viabilidade do serviço apresentado reúne: 1) aplicação de tecnologias já existentes para atender ao desejo do registro fotográfico, comportamento contemporâneo corriqueiro; 2) implantação de um sistema de gestão, vinculando cada registro fotográfico ao usuário final, capaz de promover facilidade e modernidade no ciclo da prestação de serviço (WAKULICZ, 2016) e 3) disponibilização de informações seguras, de forma simultânea ao seu registro (SILVA *et al.*, 2007).

A relevância do trabalho pode ser justificada pela realização de uma proposição, acompanhada de sua respectiva avaliação de viabilidade, capaz de complementar a oferta de meios de entretenimento em eventos turísticos. Mais que uma forma de distração, eles são promotores de sentido e de memórias, elementos significativos para quem busca experiências turísticas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Economia da experiência e valor para o produto turístico

O produto turístico pode ser entendido como um conjunto de equipamentos, atrativos e serviços aliados a facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço (MTUR, 2010a) que engloba áreas que fornecem produtos intangíveis: administração, arte, cultura, comércio, comunicação, educação, finanças, lazer, propaganda, publicidade, saúde etc. (TRIGO, 1998).

Em essência, a articulação desses elementos busca prover a indivíduos e grupos algo distinto daquilo que é recorrente, rotineiro. Entre os conceitos que favorecem a compreensão desse processo, destaca-se a noção de experiência. Ao discuti-la, Pezzi e Vianna (2015) recuperam a visão do antropólogo Victor Turner, que a reconhece como a suspensão das relações cotidianas, como uma situação promotora de estranhamento em relação ao familiar. O novo, que se experimenta, evoca referências do passado em esforços de significação. A experiência transcende o instante, sendo rememorada pelos sujeitos. No campo turístico, a busca por viagens ou eventos parte de expectativas experienciais, que podem ser alcançadas ou frustradas. Nesse sentido, elas estão se tornando parte das preocupações de ofertantes e estudiosos do segmento.

De acordo com Pine II e Gilmore (1998, p. 1), “os economistas geralmente combinam experiências com serviços, mas as experiências são uma oferta econômica distinta, tão diferente dos serviços quanto os serviços são dos bens”. Para os autores, é possível identificar e qualificar essa oferta econômica, pois os consumidores desejam experiências e elas poderão prover valor ao serviço ou produto consumido. Entre os diversos significados de “valor”, ele expressa, na frase anterior, “o que é tido ou deve ser tido como objeto de desejo, de modo relativo ou de modo absoluto” (MICHAELIS, 2022, n. p.). Contudo, mais que um valor funcional (satisfação de um propósito instrumental), ele expressa um valor epistêmico, associado à satisfação de demanda substantiva, de se conhecer ou aprender algo novo (IKEDA; OLIVEIRA, 2005).

A economia da experiência é um campo de estudo que articula um conjunto de conceitos por meio dos quais é possível analisar a experiência de um indivíduo ao consumir um serviço ou produto. Esses conceitos podem ser organizados, segundo Pine II e Gilmore (1998), por meio de dois níveis de análise: 1) participação do consumidor - ativa e passiva e 2) interação do consumidor com o ambiente - absorção e imersão.

A participação é passiva quando o comportamento do consumidor não contribui para alterar a experiência e é ativa quando seu comportamento contribui para que a experiência

seja mais intensa. Quanto à interação com o ambiente, o consumidor pode ir da absorção, quando o comportamento do indivíduo é arredo (ele age como expectador da experiência) até a imersão, quando seu comportamento é receptivo (ele age como parte da experiência). A articulação dessas possibilidades gera quatro possíveis categorias de análise: 1) Educação; 2) Entretenimento; 3) Estética e 4) Evasão, conforme apresentado na Figura 1.



Figura 1: Campos de experiência

Fonte: Adaptado de PINE II; GILMORE, 1998

As experiências de entretenimento têm, predominantemente, participação passiva e baixa interação com o ambiente; as experiências de educação têm, predominantemente, participação ativa e baixa interação com o ambiente; as experiências de evasão têm participação ativa e alta interação com ambiente e as experiências estéticas têm participação passiva e alta interação com o ambiente.

Para agregação de valor, mais epistêmico que funcional, o desafio do agente que irá ofertar o composto turístico é deslocar, tanto quanto possível, um comportamento predominantemente de participação passiva e interação por absorção, para um comportamento com participação ativa e interação por imersão. No limite, busca-se tornar a experiência memorável. De modo a contribuir, ainda que timidamente, com esta tarefa, elaborou-se a parte empírica deste artigo.

2.2 Turismo de eventos: os festivais musicais

O turismo, parte do setor terciário da economia (MARTINS, 2019), possui em comum com diversas atividades o fenômeno da sazonalidade, cuja variação dos fluxos ao longo do ano pode ser associada a cinco fatores: 1) Naturais (condições climáticas); 2) Institucionais (períodos de férias e épocas festivas); 3) Econômicos (conjuntura); 4) Sociais e culturais (hábitos, rotinas e valores culturais) e 5) Comportamentais (motivação da viagem e prática de alguma atividade) (GUIMARÃES; SANTOS, 2014).

O excesso e a falta de demanda ao longo do tempo fazem com que, respectivamente, haja perdas por falta de capacidade para atender adequadamente e perdas por capacidade de atendimento não utilizada (TAVARES, 2015; ALBUQUERQUE, 2004). Uma alternativa para atenuar o impacto da redução da demanda, por conta da sazonalidade, é a realização de eventos (FOLETTTO; VARGAS, 2016).

Diferente dos elementos naturais ou culturais, que, como produtos turísticos, dependem de fatores específicos para serem demandados, os eventos podem atrair pessoas nos períodos em que fluxos turísticos não são intensos. Além disso, promovem a imagem da localidade ou região como destino turístico a ser usufruído (MARUJO, 2015), colocando-se como oportunidades de atração turística (TAVARES, 2015) e cujo principal benefício provido será a experiência que o visitante viverá (GRUNWELL; HA, 2008).

Os avanços tecnológicos permitem que a experiência de participar de um festival de música possa ser mediada por equipamentos de comunicação em tempo real. Essa possibilidade de socialização, um dos três principais aspectos determinantes da qualidade de um festival (SON; LEE, 2011 *apud* TAVARES, 2015), pode gerar valor ao viabilizar um comportamento de socialização crescente: o compartilhamento de experiências por meio de fotografias (ALVES; COSTA; PERINOTTO, 2017).

Fontcuberta (2010) afirma que compartilhar fotografias faz parte de um novo sistema de comunicação social. Em algum momento, a fotografia deixou de ser algo individual, isolado, e passou a ser um imperativo social (BATCHEN, 2004). Uma parcela crescente de pessoas registra fotos para compartilhar suas experiências, principalmente em redes sociais. Por meio dos registros fotográficos é possível gerar interações e engajamento cuja “memória virtualizada se apresenta de forma exteriorizada, como uma maneira de experimentar o mundo real através do virtual midiático e tecnológico” (ROXO, 2011, p. 34).

A possibilidade de compartilhar a experiência em curso, em tempo real, com fotografias que captam a interação do indivíduo com seus pares, com o ambiente de um

festival e com qualidade superior àquelas realizadas pela maioria dos aparelhos celulares, é uma ação que o agente turístico pode proporcionar ao consumidor e que está alinhada aos conceitos da economia da experiência (PINE II; GILMORE, 1998).

2.3 Sistemas de gestão e fotografia

Os sistemas de informações gerenciais (SIG) fornecem dados e informações necessários para dar suporte aos processos administrativos. São resultado da interação colaborativa entre pessoas, tecnologias e procedimentos, que contribuem para uma organização atingir seus fins.

Eles podem incluir *software* de suporte às decisões, bancos de dados, *hardwares*, sistemas de decisões, sistemas especializados, informações para executivos, gerenciamento de pessoas, gerenciamento de projetos e todos os processos informatizados que permitem uma organização operar com eficiência (WAKULICZ, 2016).

Um processo gerenciado por meio de um SIG permite a rastreabilidade de dados e informações, que pode ser definida como “a capacidade de recuperar o histórico, a aplicação ou o local do que é considerado” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015). Quando aplicada ao serviço de fotografia, essa capacidade possibilita enviar os arquivos de fotos de cada usuário de um sistema para o destino correto.

Uma das formas de representação do SIG emprega o BPMN (*Business Process Management Notation*), recurso que utiliza notações para modelagem de processos de negócios. Elas são formadas por um conjunto de símbolos e regras que padronizam a representação de processos das organizações (expressando diferentes fluxos e níveis de detalhamento), capaz de maximizar a compatibilidade entre sistemas de informação (PIZZA, 2012). No presente trabalho, o *Business Process Management Notation* será a notação adotada para representar, esquematicamente, a lógica do sistema de gestão de fotografias proposto.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é descritivo, com emprego de abordagens qualitativa e quantitativa, utilizando como procedimentos a pesquisa bibliográfica, entrevistas e a análise documental (GIL, 2002; MATTAR, 2005).

A pesquisa bibliográfica foi essencial para elaboração do referencial teórico. A entrevista presencial com um especialista em Análise de Sistemas teve como objetivo definir os parâmetros do sistema de gestão, os requisitos para sua operação e o orçamento preliminar para seu desenvolvimento. Um roteiro semiestruturado foi utilizado. As entrevistas com os potenciais usuários do serviço de fotografia foram mais céleres. Elas trataram da disposição para aquisição do serviço em determinado nível de preço. Sessenta e oito alunos e egressos da Universidade Federal Fluminense, UFF, na cidade de Volta Redonda, responderam a um roteiro estruturado. Os registros de 5 roteiros foram descartados, totalizando 63 respostas válidas. A análise documental, por fim, voltou-se para publicações institucionais dos eventos, em páginas da Internet e em outros veículos, para compreensão de traços característicos dos festivais.

Os fluxos de caixa relevantes foram estimados a partir de pesquisas e orçamentos realizados em lojas especializadas (fluxo de caixa inicial), definição da demanda, preço, custos e despesas (fluxos de caixa operacionais) e da liquidação dos ativos que poderiam ser desmobilizados ao final de sua vida útil (fluxo de caixa terminal).

A análise de viabilidade foi realizada a partir das seguintes técnicas de análise de orçamento de capital: *payback* para verificar o tempo de recuperação do investimento inicial; valor presente líquido (VPL) para verificar se as entradas de caixa projetadas superam o investimento inicial e taxa interna de retorno (TIR) para verificar se a taxa de retorno supera o custo considerado de capital (GITMAN, 2010; ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2002).

A estimativa do risco econômico-financeiro do serviço de fotografia foi realizada a partir das seguintes técnicas de avaliação de risco: análise de sensibilidade para identificar, individualmente, os parâmetros financeiros que mais influenciam no resultado do empreendimento quando variam (PEREIRA, 2010); observação de cenários para reconhecer, de forma combinada, os parâmetros financeiros que têm maior efeito no resultado da iniciativa ao sofrerem variação (PEREIRA, 2010) e simulação, pelo Método de Monte Carlo (MMC), para identificação, de forma combinada, do efeito no resultado do empreendimento proveniente da variação de todos os parâmetros financeiros ao mesmo tempo (PAULA, 2014; PEREIRA 2010).

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE EVIDÊNCIAS

De modo a conferir maior objetividade à apresentação dos resultados, aspectos-chave para compreensão daquilo que se pretende propor e avaliar estão organizados, a seguir, em nove partes:

1) Sistema de prestação de serviços de fotografia de referência: a proposta em análise parte da adaptação dos sistemas de prestação de serviços fotográficos da principal empresa de economia da experiência no mundo, a *Disney World* (PINE II; GILMORE, 1998), denominados *Photopass* e *MemoryMaker*. O primeiro abarca fotos que são produzidas no parque por meio de fotógrafos. Elas são armazenadas em um cartão com identificação do usuário ou na *MagicBand*, pulseira que integra os diferentes serviços da *Disney*. Ao final da experiência turística o cliente acessa suas fotos e paga pela realização de *download* ou impressão. O segundo inclui todas as fotos, em algumas atrações distribuídas pelos parques e do *Photopass*, além de vídeos. Fotos e vídeos também são vinculados ao cartão do usuário ou à *MagicBand*. O cliente paga um único valor, por um pacote, e a compra deve ser feita antes da realização das fotos.

Quadro 1: Preço médio dos serviços

Serviço	Valores
Ingresso para os parques	US\$412/4 dias = R\$2.310,00 ¹
<i>Photopass</i>	US\$12 a \$29 = R\$67,28 ¹ a R\$162,60 ¹ por cada foto comprada
<i>MemoryMaker</i>	US\$169 = R\$947,55 ¹ mediante compra antecipada US\$199 = R\$1.115,75 ¹ mediante compra no ato do passeio

¹Admitindo um dólar americano (USD) cotado como 5,606799 reais (BRL). Cotação de 21/11/2020

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Almeida (2020) e *Disney World* (2020)

2) Sistema de prestação de serviços de fotografia proposto: o sistema, planejado com elementos reconhecidos por meio da entrevista com o especialista, possibilita registro, processamento, armazenamento e transmissão de fotografias. Cada registro será vinculado ao usuário por meio de identificação biométrica (impressão digital) e a entrega das fotografias é realizada de forma simultânea à prestação do serviço. O sistema terá como interface um aplicativo, que o cliente poderá acessar por meio de computador, celular ou área específica nos eventos. A estrutura desse sistema está representada por meio das Figuras 2 e 3.

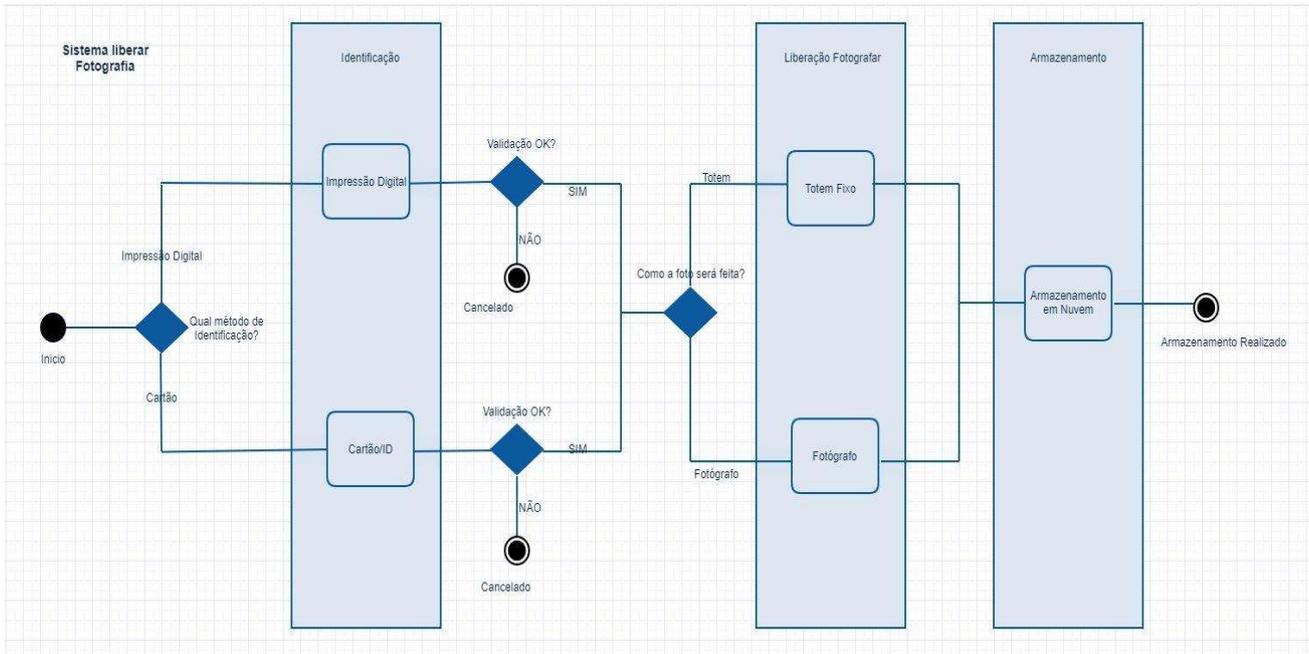


Figura 2. BPMN do Funcionamento do Sistema
 Fonte: Elaborado pelos autores, mediante consulta a especialista, 2020

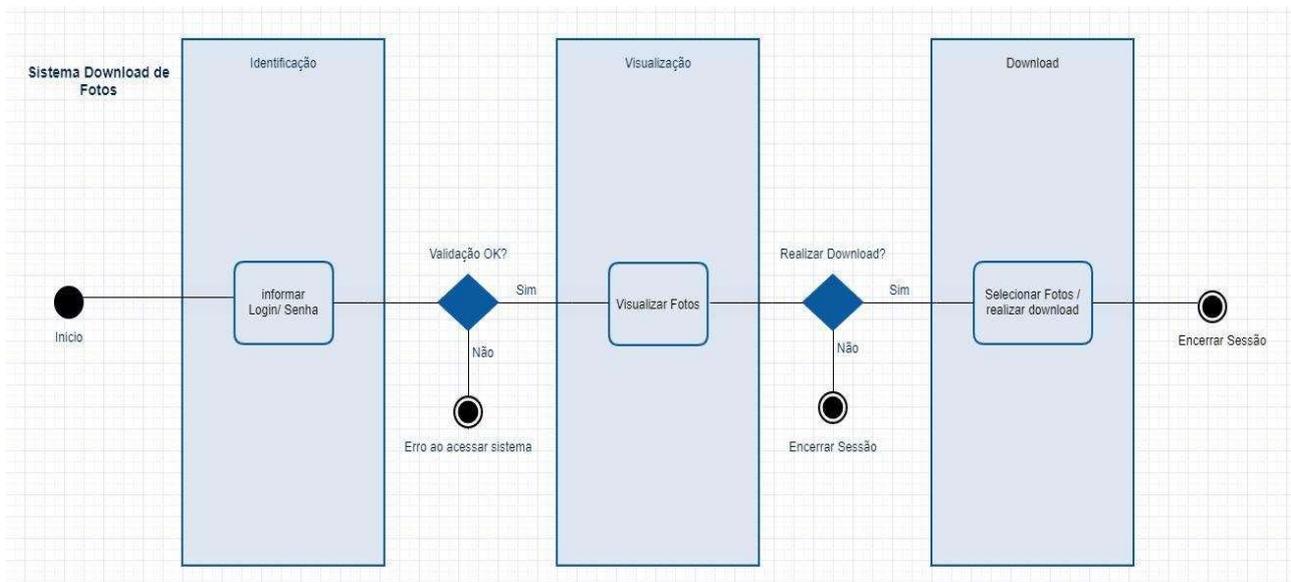


Figura 3. BPMN Funcionamento do App
 Fonte: Elaborado pelos autores, mediante consulta a especialista, 2020

A partir das relações definidas por meio do BPMN foi elaborada uma representação, consolidada na Figura 4, com todas as etapas que serão gerenciadas pelo sistema de prestação de serviços de fotografia.



Figura 4. Sistema de prestação de serviços fotográficos
 Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

A observação da Figura 4 favorece a compreensão de todo o ciclo da prestação de serviços, que abarca as etapas de venda preliminar, divulgação e venda *in loco*, cadastro, disponibilização de totens e fotógrafos, centralização de fotos e vinculação aos usuários e disponibilização aos clientes.

3) Calendário dos eventos para prestação do serviço: foram selecionados os maiores eventos do tipo festival de música, no Brasil, para prestação dos serviços de fotografia a saber: Rock in Rio, Planeta Atlântida, Festa do Peão de Barretos e Lollapalooza. No Quadro 3 são apresentados os meses em que eles ocorrem, tendo como referência o período 2015 a 2019.

Quadro 2: Calendário dos eventos selecionados

Ano	Rock in Rio ¹	Planeta Atlântida	Festa do Peão Barretos	Lollapalooza
2015	Setembro	Janeiro	Agosto	Março
2016	-	Janeiro	Agosto	Março
2017	Setembro	Fevereiro	Agosto	Março
2018	-	Fevereiro	Agosto	Março
2019	Setembro e outubro	Fevereiro	Agosto	Abril

¹ Ocorre a cada dois anos no Brasil

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

4) Aceitação do serviço de fotografia e dos preços sugeridos: para definir o preço foi considerada sua representatividade em relação aos gastos médios estimados dos frequentadores (Tabela 1); preços dos ingressos e o resultado da pesquisa com alunos e egressos da UFF. Ao apresentar, no ato da entrevista, o serviço de fotografia, 39,7% dos respondentes declararam interesse em contratá-lo. Ao informar o preço de R\$30,00, 47,6% o consideraram barato. Contratariam os serviços por esse valor 58,7% dos respondentes.

Tabela 1: Gasto médio de um frequentador e preços dos ingressos

Evento	Gasto médio	Valor do ingresso diário ⁵
Festa do Peão Barretos	R\$ 2.345,00 ¹	R\$15,00 a R\$1.190,00
Lollapalooza	R\$ 1.659,00 ²	R\$ 1.326,00
Planeta Atlântida	R\$ 1.172,00 ³	R\$ 300,00 a R\$ 1040,00
Rock in Rio	R\$ 1.295,00 ⁴	R\$ 525,00

Fonte: Grupo RBS (2020)³, Globo, (2019)⁵, Independentes (2019)¹; Rioceptur (2017)⁴, Forbes (2016)²

No que diz respeito ao valor do ingresso, a amplitude dos números é decorrente da data de aquisição (em função de descontos por compras antecipadas), do perfil do usuário (devido a abatimentos para estudantes) e do tipo de ingresso (em função de serviços acessórios adquiridos). Pistas, camarotes, área *vip*, arena, arena *premium*, pista *premium*, *open bar*, *open food* etc. são os principais serviços que podem ser adquiridos.

5) Público potencial: estimado a partir da média diária de frequentadores nos eventos no período de 2015 a 2019, conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2: Público médio diário presente nos eventos selecionados (2015-2019)

Ano	Evento	Rock in Rio	Planeta Atlântida	Festa do Peão Barretos	Lollapalooza
2015	Público total	595.000	100.000	900.000	136.000
	Nº dias	7	2	11	2
2016	Público total	-	80.000	900.000	160.000
	Nº dias	-	2	11	2
2017	Público total	680.00	80.000	900.000	190.000
	Nº dias	7	2	11	2
2018	Público total	-	74.000	1.00.000	300.000
	Nº dias	-	2	11	2
2019	Público total	700.000	80.000	800.000	246.000
	Nº dias	7	2	11	2
Média de público por dia		94.047	41.400	81.818	85.000

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

6) Demanda e capacidade de atendimento: a demanda foi estimada a partir do público médio de cada evento; percentual dos respondentes que contratariam os serviços e estimativa de comportamento conservador dos mesmos. Embora mais da metade dos entrevistados (58,7%) indicaram que contratariam os serviços pelo preço sugerido, R\$30,00, os autores fixaram a demanda em 10% do público. Já a capacidade de atendimento de 10.800 registros/dia, foi dimensionada a partir de uma equipe com 30 fotógrafos, tempo de 2 minutos por atendimento, 30 pontos de fotografia (15 com totens) e 8 horas de trabalho por evento por dia, conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3: Público-alvo, estimativa de demanda e capacidade de atendimento

Eventos	Público médio/dia	Demanda estimada/dia	Capacidade de atendimento/dia	Capacidade de atendimento utilizada/dia
Rock in Rio	94.047	9.404	10.800	87,08%
Planeta Atlântida	41.400	4.140	10.800	38,33%
Festa do Peão de Barretos	81.818	8.182	10.800	75,75%
Lollapalooza	85.000	8.500	10.800	78,70%
Média	75.566	7.556	10.800	69,97%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

7) Fluxos de caixa projetados: esta parte se desdobra em três subitens, isto é, investimentos projetados, fluxos de caixa operacionais e fluxo de caixa terminal.

7.1) Investimentos projetados: a vida útil dos ativos imobilizados foi estimada em 5 anos e a exaustão do *software* em 10 anos. Para estimar os investimentos foram considerados: valores consultados em páginas especializadas da Internet; o desenvolvimento do *software*; investimentos pré-operacionais e capital de giro, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3: Investimento inicial

Item	Descrição / Especificação técnica	Valor unitário	Qtde.	Valor total
Software	Responsável pelo fluxo de dados durante todo o processo da prestação do serviço	R\$150.000,00	1	R\$150.000,00
	Site, app, banco de dados, plataforma para cadastro, capacidade de leitura biométrica, central com nuvem para armazenamento e vinculação ao usuário final			
Totens fotográficos	Painel fixo, com sistema próprio para fotografar. Nele contém uma câmera e um computador embutido Totem composto por: Monitor <i>Touch screen</i> Interativo, Impressora Térmica Profissional, Câmera Profissional, Notebook Core I3 4gb 1Tb, <i>Software</i> e <i>Photoshop</i>	R\$13.900,00	15	R\$208.500,00

Câmera	Câmera Nikon DSLR D5600 24.2MP, Lente AF-P 18-55mm VR II + Bolsa + Tripé de Mesa + Memória 32GB Classe 10	R\$5.570,00	30	R\$167.100,00
Cartão de memória	Cartão SanDisk 128GB Extreme SDXC UHS-I - C10, U3, V30, 4K UHD, cartão SD - SDCSDXV5-256G-GNCIN	R\$420,00	30	R\$12.600,00
Lente	Lente Objetiva AF-P 70-300mm f/4.5-6.3G Nikon	R\$2.044,07	30	61.322,10
Flash externo	Flash Nikon <i>Speedlight</i> Sb-700	R\$2.425,03	30	72.750,90
Computador	<i>Notebook Gamer Acer NVIDIA GeForce GTX 1650 AMD Ryzen 7-3750H 8GB 1TB 128GB SSD Tela Full HD 15.6" Endless OS Aspire Nitro 5 AN515-43-R4C3</i>	R\$5.000,00	5	R\$25.000,00
	Computador <i>Pichau Gamer I7-10700K – Central</i>	R\$20.000,00	2	R\$40.000,00
Leitor biométrico	Aparelhos com leitura digital, para reconhecimento de ID <i>Futronic FS80H - Scanner de Impressões Digitais</i> . O Leitor possui o sistema <i>Live Finger Detection (LFD)</i> que previne contra o uso de falsas impressões digitais. Basta posicionar o dedo do usuário sobre o prisma de vidro para que haja a ativação automática do leitor de impressão digital no momento da captura, transmitindo e interpretando a informação, via conexão USB, com o <i>software</i> deste leitor instalado no computador	R\$584,25	15	R\$8.763,75
Estande	Estrutura a ser instalada na entrada do evento para suporte, cadastro e pagamento	R\$12.000,00	1	R\$12.000,00
Molduras e <i>Backdrops</i>	Estrutura de cenários para fotos	R\$1.000,00	20	R\$20.000,00
	Molduras e <i>backdrops</i> sob medida e personalizados	R\$250,00	10	R\$2.500,00
Automóvel	Fiat Doblo 2020 - 7 lugares - Flex	98.350,00	1	R\$98.350,00
Capital de giro				R\$226.620,00
Investimento pré-operacional (treinamento, marketing e propaganda, uniformes, decoração escritório, telefone, instalação de internet)				R\$10.222,32
Total				R\$1.115.729,07

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

7.2) Fluxos de caixa operacionais: em sua estimativa, admitiu-se que os serviços seriam prestados nos quatro eventos selecionados. Foram considerados a demanda estimada; preço de venda; custos dos serviços prestados; despesas operacionais e tributação. As reservas de depreciação dos ativos (20% a.a.) e exaustão do *software* (10% a.a.) foram reconhecidas para fins gerenciais, haja vista que no regime tributário adotado, lucro presumido, esses valores não interferem na estimativa dos fluxos de caixa operacionais. Foi estimada uma taxa de licenciamento de 45% das receitas de venda dos serviços de fotografias, devida aos criadores e promotores dos eventos como contrapartida do uso do espaço e acesso ao público.

7.3) Fluxo de caixa terminal: em função das características dos equipamentos, não foram considerados seus fluxos de caixa terminais. O único ativo que teve o valor residual considerado ao final de 5 anos foi o automóvel, com valor de venda estimado em

R\$72.915,00. Após impostos sobre a venda, o fluxo de caixa terminal estimado é de R\$ 55.415,40. Os valores dos fluxos de caixa projetados – investimento inicial, fluxos de caixa operacionais e o fluxo de caixa terminal – estão detalhados na Tabela 4.

Tabela 4: Fluxos de caixa projetados: inicial, operacional e terminal

Elementos	Mês 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Investimento/desinvestimento	-1.115.729,07					55.415,40
Receita total		4.116.197,50	2.619.995,00	4.116.197,50	2.619.995,00	4.116.197,50
PIS (0,65%)		26.755,28	17.029,90	26.755,28	17.029,90	26.755,28
COFINS (3,0%)		123.485,90	78.599,85	123.485,90	78.599,85	123.485,90
ISS (5,0%)		205.809,87	130.999,75	205.809,87	130.999,75	205.809,87
Receita Líquida		3.760.146,41	2.393.365,40	3.760.146,41	2.393.365,40	3.760.146,41
Gastos Variáveis		2.078.679,73	1.323.097,47	2.078.679,73	1.323.097,47	2.078.679,73
Marketing (5,0%)		205.809,87	130.999,75	205.809,87	130.999,75	205.809,87
Taxa de licenciamento (45%)		1.872.869,86	1.192.097,72	1.872.869,86	1.192.097,72	1.872.869,86
Gastos fixos		796.533,51	626.962,49	796.533,51	626.962,49	796.533,51
Depreciação + exaustão		134.604,60	134.604,60	134.604,60	134.604,60	134.604,60
Lucro presumido para o cálculo de IRPJ e CSLL (32%)		1.317.183,20	838.398,40	1.317.183,20	838.398,40	1.317.183,20
IR		143.718,32	95.839,84	143.718,32	95.839,84	143.718,32
Alíquota de 15% (Até R\$240.000)		36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
Adicional 10% (acima de R\$240.000)		107.718,32	59.839,84	107.718,32	59.839,84	107.718,32
CSLL (9%)		118.546,48	75.455,86	118.546,48	75.455,86	118.546,48
Lucro líquido		488.063,75	137.405,17	488.063,75	137.405,17	488.063,75
Depreciação + exaustão		134.604,60	134.604,60	134.604,60	134.604,60	134.604,60
Fluxo de caixa operacional		622.668,35	272.009,77	622.668,35	272.009,77	622.668,35
Fluxo de caixa do período	-1.115.729,07	622.668,35	272.009,77	622.668,35	272.009,77	678.083,75

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

8) Análise da viabilidade econômico-financeira: a partir dos fluxos de caixa relevantes foram aplicadas as técnicas *payback*, VPL e TIR para verificar a viabilidade econômico-financeira de implantação do serviço. Assumiu-se como custo de oportunidade a taxa de juros de 15,18% a.a. (BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL, BNDES, 2020).

$$Payback = \frac{FC_0 - (FC_1 + FC_2 + FC_3 + \dots + FC_n)}{FC_{n+1}} + n$$

$$Payback = \frac{1.115.729,07 - (622.668,35 + 272.009,77)}{622.668,35} + 2$$

$$Payback = 2,36 \text{ anos}$$

$$VPL = \sum_{n=1}^n \frac{FCn}{(1+i)^n} - II$$

$$VPL = \frac{622.668,35}{(1+0,1518)^1} + \frac{272.009,77}{(1+0,1518)^2} + \frac{622.668,35}{(1+0,1518)^3} + \frac{272.009,77}{(1+0,1518)^4} + \frac{678.083,75}{(1+0,1518)^5} - 1.115.729,07$$

$$VPL = R\$ 526.463,69$$

$$\sum_{n=1}^n \frac{FCn}{(1+TIR)^n} - II = 0$$

$$\frac{622.668,35}{(1+TIR)^1} + \frac{272.009,77}{(1+TIR)^2} + \frac{622.668,35}{(1+TIR)^3} + \frac{272.009,77}{(1+TIR)^4} + \frac{678.083,75}{(1+TIR)^5} - 1.115.729,07 = 0$$

$$TIR = 34,03\%$$

A princípio, o projeto é aceitável. O *payback* de 2,36 anos está abaixo da vida útil dos equipamentos, o VPL de R\$ 526.463,69 é positivo e a TIR de 34,03% é maior que o custo de capital de 15,18% a. a., referência do BNDES para operações de financiamento direto.

9) Análise do risco econômico-financeiro: a partir dos fluxos de caixa relevantes inicialmente projetados, foi considerada a existência de variabilidade (risco) nas estimativas. Tendo os resultados da aplicação da técnica de orçamento de capital VPL como referência para mensurar o efeito dos riscos, foram realizadas as análises de sensibilidade, cenário e simulação, esta última por meio do método Monte Carlo. Para tanto, foram selecionados alguns parâmetros como referência (valores esperados) e adotou-se uma variação de +10% ou de -10% nesses valores de referência, conforme apresentado nas próximas tabelas.

Tabela 5: Parâmetros médios anuais para a análise do risco da viabilidade econômico-financeira dos anos que ocorrem o Rock in Rio

Parâmetros	Variações não favoráveis	Valores esperados	Variações favoráveis
Dimensão de mercado	1.481.831,1	1.646.479	1.811.126,9
Participação de mercado (%)	0,09	0,1	0,11
Preço unitário	R\$ 22,5	R\$ 25	R\$ 27,5
Custo fixo	R\$ 876.186,86	R\$ 796.533,516	R\$ 716.880,16
Taxa de licenciamento	0,495	0,45	0,405
Marketing	0,055	0,05	0,045

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020



Tabela 6: Parâmetros médios anuais para a análise do risco da viabilidade econômico-financeira dos anos que não ocorrem o Rock in Rio

Parâmetros	Variações não favoráveis	Valores esperados	Variações otimistas
Dimensão de mercado	943.198,21	1.047.998	1.152.797,8
Participação de mercado (%)	0,09	0,1	0,11
Preço unitário	R\$ 22,5	R\$ 25	R\$ 27,5
Custo fixo	R\$ 689.658,7478	R\$ 626.962,498	R\$ 564.266,2482
Taxa de licenciamento	0,495	0,45	0,405
Marketing	0,055	0,05	0,045

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

9.1) Análise de sensibilidade: para esta análise do risco econômico-financeiro do empreendimento, os parâmetros utilizados para estimar os fluxos de caixa esperados sofreram, individualmente, a variação de +10% ou de -10%. Após alterar um parâmetro por vez, mantidos todos os demais, o VPL foi recalculado. O processo se repetiu até que cada um dos parâmetros tivesse sido empregado com um valor 10% maior ou com um valor 10% menor. O VPL inicialmente calculado e o novo VPL obtido com a alteração do valor de um dos parâmetros são apresentados a seguir.

Tabela 7: Análise da sensibilidade do VPL à variação de um parâmetro por vez

Parâmetro	Variações não favoráveis	Valores esperados	Variações favoráveis
Dimensão de mercado	R\$117.512,97		R\$ 935.414,41
Participação de mercado (%)	R\$117.512,97		R\$ 935.414,41
Preço unitário	R\$117.512,97	R\$ 526.463,69	R\$ 935.414,41
Custo fixo	R\$283.004,08		R\$ 769.923,29
Taxa de licenciamento	- R\$8.688,98		R\$ 1.061.616,34
Marketing	R\$467.655,70		R\$ 585.271,67

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Os resultados da análise de sensibilidade indicam que o VPL possui maior sensibilidade para a variação do parâmetro “taxa de licenciamento”. No caso específico, um aumento da taxa em 10% (de 45% para 49,5%) faria com que o empreendimento ficasse inviável, com um VPL negativo de – R\$8.688,98.

9.2) Análise de cenários: para esta análise do risco econômico-financeiro do empreendimento, foram consideradas as seguintes combinações dos parâmetros utilizados para estimar os fluxos de caixa esperados: 1) ocorrência de todos os valores favoráveis; 2) ocorrência de todos os valores esperados e 3) ocorrência de todos os valores não

favoráveis. Também foram gerados outros cenários, considerando a ocorrência dos valores esperados: 4) contratação do evento com maior público; 5) contratação dos dois eventos com maior público; 6) contratação dos três eventos com maior público e 7) contratação dos eventos que ocorrem todos os anos. Para cada cenário o VPL foi recalculado, conforme apresentado na Tabela 8.

Tabela 8: Análise de cenário do VPL à variação de vários parâmetros ao mesmo tempo

	Cenários	VPL	Varição em relação ao VPL esperado
1	Contratação dos 4 eventos com a ocorrência dos valores com as variações favoráveis	R\$2.914.111,81	553,52%
2	Contratação dos 4 eventos com a ocorrência dos valores esperados	R\$ 526.463,69	–
3	Contratação dos 4 eventos com a ocorrência dos valores com as variações não favoráveis	- R\$1.258.249,70	- 239%
4	Contratação do evento com maior público total (Festival do Peão de Barretos) com a ocorrência dos valores esperados	- R\$432.955,81	- 82,24%
5	Contratação dos dois eventos com maior público total (Festival do Peão de Barretos e Rock in Rio) com a ocorrência dos valores esperados	R\$ 273.955,12	52,04%
6	Contratação dos três eventos com maior público total (Festival do Peão de Barretos, Rock in Rio e Lollapalooza) com a ocorrência dos valores esperados	R\$ 518.139,71	98,41%
7	Contratação dos três eventos anuais (sem considerar o Rock in Rio, evento que ocorre a cada dois anos) com a ocorrência dos valores esperados	- R\$180.445,50	- 34,28%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Os resultados da análise de cenários indicam que o empreendimento só é viável se os eventos “Festival do Peão de Barretos” e “Rock in Rio” forem considerados, haja vista que: 1) a implantação da prestação de serviço é viável apenas quando os dois eventos com maior público são considerados (Cenários 1, 2, 4, 5 e 7); 2) ainda que os quatro eventos sejam considerados, a implantação da prestação de serviço é inviável se todas as variações não favoráveis ocorrem simultaneamente (Cenário 3); 3) o evento com o menor público cobre apenas os custos da prestação do serviço de fotografia (Cenários 2 e 6) e 4) a iniciativa não é viável apenas com os eventos que ocorrem anualmente (Cenário 7).

9.3) Simulação (método Monte Carlo): para esta análise do risco econômico-financeiro do empreendimento, os parâmetros utilizados para estimar os fluxos de caixa esperados

sofreram, ao mesmo tempo, aleatoriamente, variações entre +10% e -10%. Para cada conjunto de variação, o VPL foi recalculado num total de 10.000 combinações e esses resultados são expressos no gráfico por meio das barras azuis. Cada barra indica o número de vezes que aquele resultado foi obtido, conforme expresso no eixo y. Trata-se da frequência com que cada VPL se repete. Esses resultados, colocados em ordem crescente, são acumulados por meio da curva em vermelho, conforme expresso na escala no eixo x. Trata-se do percentual acumulado de todos os VPL obtidos. Um ponto específico deve ser destacado no eixo x: aquele no qual o valor do VPL passa de negativo para positivo. Ao identificar qual o percentual de casos ocorridos nesse ponto, o analista terá a informação de qual a probabilidade de o empreendimento apresentar um VPL negativo e, de forma complementar, positivo. Para o caso no qual foi considerada a realização dos quatro eventos (Festa do Peão de Barretos, Rock in Rio, Lollapalooza e Planeta Atlântida), verificou-se que a probabilidade de que o VPL seja positivo é de 96,15%. A Figura 5 ilustra esse fato.

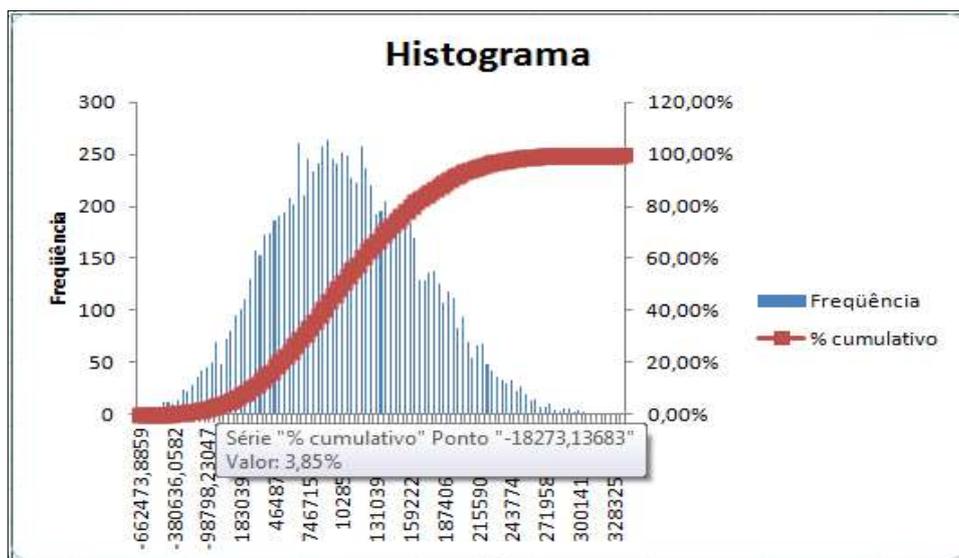


Figura 5. Distribuição de probabilidade do VPL (quatro eventos)
 Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Tendo como premissa a oferta do serviço nos dois eventos com maior público (Festa do Peão de Barretos e Rock in Rio), constata-se que a probabilidade de que o VPL seja positivo é de 91,22%, conforme expressa a Figura 6.

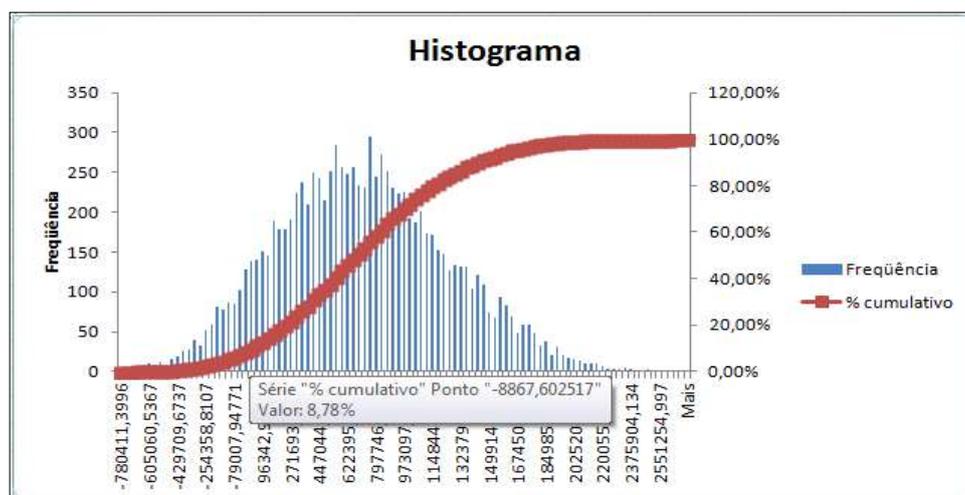


Figura 6. Distribuição de probabilidade do VPL (dois eventos)
Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Se selecionado um dos dois eventos de maior público (Festa do Peão de Barretos) e os dois festivais com menor público (Lollapalooza e Planeta Atlântida), nota-se que a probabilidade de que o VPL seja positivo é de 30,36% (ou de 69,64% de que seja negativo). A Figura 7 apresenta essa probabilidade.

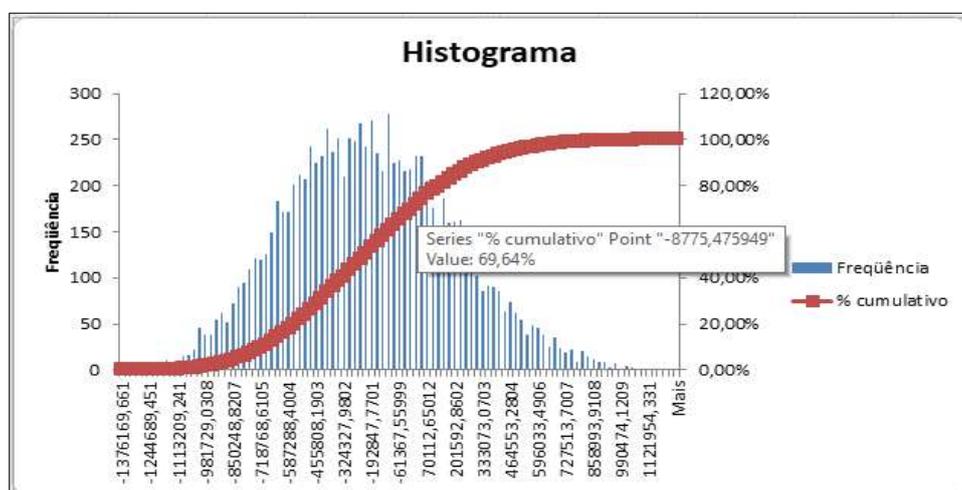


Figura 7. Distribuição de probabilidade do VPL (três eventos)
Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Ao considerar um dos dois eventos de maior público (Rock in Rio) e outros dois, com menor público (Lollapalooza e Planeta Atlântida), observa-se que a probabilidade de que o VPL seja positivo é de 6,57% (ou de 93,43% de que o VPL seja negativo). A Figura 8 pormenoriza essa afirmação.

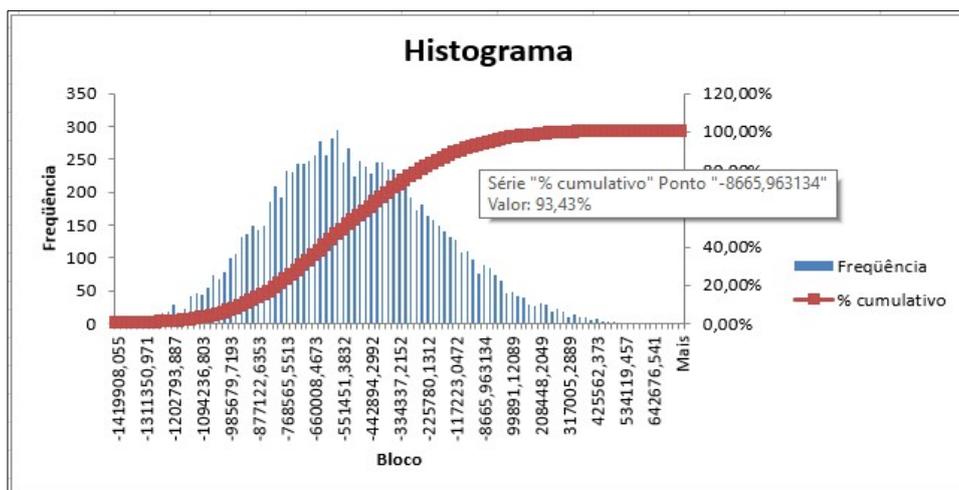


Figura 8. Distribuição de probabilidade do VPL (três eventos)
 Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Os resultados da análise de risco da proposta de serviço, gerados por meio de simulação, demonstram que sua implementação é viável se os eventos “Festival do Peão de Barretos” e “Rock in Rio” forem considerados. Assim: 1) a probabilidade de que o VPL seja positivo é expressiva para a oferta nos dois eventos citados ou em todos eles; 2) a probabilidade de que o VPL seja positivo é baixa quando um dos eventos com maior público (Festa do Peão de Barretos) e os dois de menor público são destacados (Lollapalooza e Planeta Atlântida) e 3) a probabilidade de que o VPL seja positivo é muito baixa quando apenas um dos eventos com maior público (Rock in Rio) e os dois de menor público (Lollapalooza e Planeta Atlântida) são considerados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como referência festivais musicais, este artigo buscou verificar a viabilidade econômico-financeira da prestação do serviço de registro, processamento, armazenamento e transmissão de arquivos com fotografias em quatro eventos de grande porte. Diante de evidências coletadas e de elementos-chave simulados, é possível concluir que há demanda para o serviço proposto, que é possível desenvolver um *software* para viabilizá-lo e que a iniciativa possui viabilidade econômico-financeira, se observadas as premissas discutidas.

No que diz respeito à viabilidade econômico-financeira, a análise abarcou os fluxos de caixa esperados. No cenário que envolve os quatro eventos (Rock in Rio, Festa do Peão de Barretos, Lollapalooza e Planeta Atlântida), o *payback* de 2,36 anos sugere que o tempo

para recuperação do investimento é inferior à vida útil dos equipamentos. O valor positivo do VPL (de R\$ 526.463,69) aponta o montante que o empreendimento agrega, em valor presente, a um investimento de R\$1.115.729,07 (com custo de capital de 15,18%). A TIR de 34,03%, maior que o custo de capital, ressalta que a taxa de retorno é superior à taxa de custo de capital.

Quanto ao risco econômico-financeiro, a análise foi baseada no VPL obtido a partir dos fluxos de caixa esperados: R\$526.463,69. Também foi considerada prioritariamente a realização da prestação do serviço de fotografia nos quatro eventos em destaque.

O resultado da análise de sensibilidade indica que o VPL sofre maior impacto pela variação da taxa de licenciamento, fator crítico para viabilidade do empreendimento. Um aumento de 10% nessa taxa (de 45% para 49,5%) torna o empreendimento inviável. Na ordem, os outros parâmetros que mais influenciam o VPL são: 1) receita (dimensão de mercado, participação de mercado e preço de venda com a mesma ponderação); 2) custos e 3) marketing.

O resultado da análise de cenários indica que a prestação do serviço de fotografia só é viável quando considerados os dois eventos com maior público: Festival do Peão de Barretos e Rock in Rio. Não há viabilidade quando apenas um dos dois eventos é admitido na análise, ainda que combinado com os outros festivais (Lollapalooza e Planeta Atlântida).

O resultado da análise por simulação reforçou os resultados obtidos na análise de cenários. O risco é relativamente baixo quando os dois eventos com maior público são contemplados na análise de viabilidade, com probabilidade de 91,22% de que o VPL seja positivo. Entretanto, se um desses eventos for excluído, ainda que considerados os outros três, o risco aumenta muito, tornando a iniciativa não realizável. Quando o Rock in Rio é excluído da análise, a probabilidade de que o VPL seja positivo para os três eventos restantes é de 30,36%. A situação fica mais crítica quando a Festa do Peão de Barretos é retirada da análise, com probabilidade de 6,57% de que o VPL seja positivo para o conjunto Rock in Rio, Lollapalooza e Planeta Atlântida.

Uma característica de estudos como este é que ele se conecta diretamente a condicionantes econômicos e sociais. Assim, mudanças contextuais de menor expressão (como a cotação de moeda estrangeira) ou de grande vulto (como a recente pandemia do Novo Coronavírus) interferem em poder de compra, em propensão de consumo e em

valores para estimativas (de, por exemplo, volume de vendas) e simulações. Esse fato, contudo, não inviabiliza a metodologia empregada, que envolveu reunião de informações e posterior sistematização e análise. Não invalida, também, as regras de decisão, que partem de conceitos e indicadores-chave calculados. Entende-se, portanto, que o artigo pode ilustrar o emprego de técnicas financeiras e de análise de investimento. Ao aplicá-las a processos dos campos da gestão e do turismo, pode converter-se em meio pedagógico.

Sobre o reconhecimento de oportunidades correlatas ou complementares de pesquisa é possível mencionar: 1) a aplicação do percurso para reunião, sistematização, articulação e análise de informações à avaliação de viabilidade de outros serviços, de modo a discutir a robustez dos passos dados; b) ampliar a compreensão da propensão de consumo do serviço e da sensibilidade dos usuários a distintos níveis de preço, considerando, para tanto, as especificidades de cada evento e c) discutir distinções entre resultados, se considerados enquadramentos e regimes tributários alternativos.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, S. S. **Turismo de eventos – a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. 2004. Monografia (Especialização em Gestão e Marketing do Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília.

ALMEIDA, F. **Disney Photopass e MemoryMaker**: o serviço de fotógrafos da Disney. Disponível em: <<https://www.vaipradisney.com/blog/entendendo-o-disney-photopass/>>. Acesso em: 04 nov. 2020.

ALVES, F. G.; COSTA, H. S.; PERINOTTO, A. R. C. Instagram como ferramenta para fidelização de clientes: fotografia, redes sociais e turismo. **Marketing & Tourism Review**, v. 2, n. 2, p. 1-21, 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Dados do setor de eventos de 2019**. 2019. Disponível em: <<https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 9000: 2015 - Sistema de Gestão da Qualidade**: Fundamentos e vocabulário. Rio de Janeiro, 2015.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL.

Financiamentos. Disponível em:

<<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/simulador>>. Acesso em: 02 nov. 2020.

BATCHEN, G. **Arder en deseos**: la concepción de la fotografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

CARNEIRO, J.; FONTES, N. D. Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing. **Turismo em análise**, v. 8, n. 1, p. 63-74, 1997.

DISNEY WORLD. **Ingresso padrão para parques temáticos em 2021**. Disponível em: <<https://disneyworld.disney.go.com/pt-br/admission/tickets/theme-parks>>. Acesso em 04 nov. 2020.

FOLETTTO, T. F.; VARGAS, M. S. O problema da sazonalidade: eventos como estratégia de captação de turistas em Balneário Camboriú (SC). In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, 10., 2016, Foz do Iguaçu. **Anais...**

FONTCUBERTA, J. **La cámara de Pandora: la fotografía después de la fotografía**. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

FORBES. **Os números por trás do Lollapalooza - Brasil**. 2016. Disponível em: <https://forbes.com.br/fotos/2016/03/os-numeros-por-tras-do-lollapalooza-brasil/>. Acesso em: 05 nov. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GLOBO. **Rock in Rio 2019 começa venda de ingressos nesta quinta-feira**. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2019/04/11/rock-in-rio-2019-comeca-venda-de-ingressos-nesta-quinta-feira-veja-como-comprar.ghtml>>. Acesso em: 21 nov. 2020.

GRUNWELL, S.; HA, I. Film festivals: an empirical study of factors for success. **Event Management**, v. 11, n. 4, p. 201- 210, 2008.

GRUPO RBS. **Venda geral de ingressos para o Planeta Atlântida 2019 inicia nesta quarta-feira**. 2018. Disponível em:

<<http://www.gruporbs.com.br/noticias/2018/10/23/venda-geral-de-ingressos-para-o-planeta-atlantida-2019-inicia-nesta-quarta-feira-24/>>. Acesso em: 21 nov. 2020.

GUIMARÃES, T.; SANTOS, N. Os desafios da sazonalidade no turismo: estratégias para a valorização da oferta turística em Ovar. **Tourism and Hospitality International Journal**, v. 3, n. 1, p. 46-68, 2014.

INDEPENDENTES. **Festa do Peão de Barretos inicia venda de ingressos online**. 2019. Disponível em: <<https://www.independentes.com.br/festadopeao/noticia/1801/festa-do-peao-de-barretos-inicia-venda-de-ingressos-online>>. Acesso em: 21 nov. 2020.

IKEDA, A. A.; OLIVEIRA, T. M. V. O conceito de valor para o cliente: definições e implicações gerenciais em marketing. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 2, p. 1-22, 2005.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, A. Ministério do Turismo. **Cresce a participação do turismo no PIB nacional**. 2019. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-cresce-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>>. Acesso em: 27 jul. 2020.

MARUJO, N. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. **Delos: Desarrollo Local Sostenible**, v. 8, n. 23, p. 1-15, 2015.

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em 04 ago. 2022.

- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Negócios & Eventos: orientações básicas.** 2010a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Orientacoes_Basicas.pdf>. Acesso em 24 ago. 2020.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado.** Brasília: Ministério do Turismo. 2010b.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cresce a participação do Turismo no PIB nacional.** Brasília: Agência de notícias do turismo, 2019. Disponível em <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/cresce-a-participacao-do-turismo-no-pib-nacional>>. Acesso em 07 de out. de 2021.
- NACIONES UNIDAS. **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo - 2008.** Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. Madrid/Nueva York, 2010. Disponível em: <https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf>. Acesso em 10 jan. 2021.
- PAULA, R. R. **Método de Monte Carlo e aplicações.** 2014. Monografia (Graduação em Matemática com ênfase em Matemática Computacional) – Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda.
- PEREIRA, J. S. **Contribuição da análise de sensibilidade e da simulação de Monte Carlo na análise da viabilidade financeira de projetos.** Monografia (Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.
- PEZZI, E.; VIANNA, S. L. G. A experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 1, p. 165-187, 2015.
- PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 4, p. 97-105, 1998.
- PIZZA, W. R. **A metodologia Business Process Management (BPM) e sua importância para as organizações.** 2012. Monografia (Graduação tecnológica em processamento de dados) - Faculdade de Tecnologia de São Paulo, São Paulo.
- RIOCEPTUR (Centro de Estudos do Rio Convention & Visitors Bureau). **Grandes eventos.** 2017. Disponível em: <<http://www.rioceptur.com.br/grandes-eventos/rock-in-rio>>. Acesso em: 05 nov. 2020.
- ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 2002.
- ROXO, L. C. Memória e imaginação: o passado e o futuro convergindo em imagem. In: BERND, Z.; SANTOS, N. M. W. (Orgs.). **Bens culturais: temas contemporâneos.** Porto Alegre: Movimento, 2011, p. 34-56.
- SILVA, C.; MIRANDA, D.; OLIVEIRA, F.; FERREIRA, J. C.; FALBO, L.; SILVEIRA, P. S. A segurança através da biometria. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 18., 2007, Resende. **Anais...**
- TAVARES, C. C. **A importância dos festivais de música no turismo - edições de inverno como forma de atenuar a sazonalidade do turismo em Portugal.** 2015. Dissertação (Mestrado em Turismo). Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto.
- TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** Campinas: Papyrus, 1998.



WAKULICZ, G. J. **Sistemas de informações gerenciais**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil. 2016.