



GIOVANNA GUADALUPE RAMIREZ CORREA

JOANA MARIA LIMA TENÓRIO

JULIA SILVA DOS SANTOS

MARIA LUIZA MARTINS ARAUJO

**A DIFICULDADE EM ENCONTRAR EVENTOS EM
MONGAGUÁ**

**A eficácia de um aplicativo na área de eventos no litoral sul
do estado de São Paulo**

MONGAGUÁ

2023



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

GIOVANNA GUADALUPE RAMIREZ CORREA

JOANA MARIA LIMA TENÓRIO

JULIA SILVA DOS SANTOS

MARIA LUIZA MARTINS ARAUJO

A DIFÍCULDADE EM ENCONTRAR EVENTOS EM MONGAGUÁ

A eficácia de um aplicativo na área de eventos no litoral sul do estado de São Paulo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de TURISMO RECEPTIVO, no Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer, à Escola Técnica Estadual Adolpho Berezin, sob orientação do Professor Marcelo Hipólito de Moura.

MONGAGUÁ

2023

Dedicamos

Ao meu grupo que se susteve firme até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos nossos amigos que nos auxiliaram nessa jornada, a todos os professores que nos acompanharam e ajudaram ao longo do curso e que, com empenho, se dedicam à arte de ensinar.

Às mulheres infinitas.

RESUMO

Esse projeto tem como objetivo a realização de uma plataforma na área de eventos com o desígnio de aprimorar a divulgação de eventos na região de Mongaguá, para contribuir com o turismo da região, com o comércio e auxiliar turistas e moradores. Quanto as metodologias utilizadas constam-se: estudo monografou, através da pesquisa de campo, pesquisa bibliográfica e a ferramenta SWOT.

Já no que tange o referencial teórico consta: turismo, eventos, estância turística, divulgação, meio de comunicação e plataforma digital. Em vista disso, o resultado apresenta soluções para o problema principal visando o aperfeiçoamento na área de eventos e turismo na região.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo - Eventos - Divulgação - Plataformas.

ABSTRACT

This project aims to create a platform in the area of events with the aim of improving the dissemination of events in the region of Mongaguá, to contribute to tourism in the region, with trade and to help tourists and residents. As for the methodologies used, it is stated: monographed study, through field research, bibliographical research and the SWOT tool.

As for the theoretical framework, it includes: tourism, events, tourist resort, dissemination, means of communication and digital platform. In view of this, the result presents solutions to the main problem aimed at improving the area of events and tourism in the region.

KEY WORDS: Tourism – Events – Promotion – Platforms.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Logo da Equipe Erro! Indicador não definido.**
- Figura 2 - Logo do Projeto Erro! Indicador não definido.**

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1 - Procura por eventos	26
Gráfico 2 - Facilidade no acesso	26
Gráfico 3 - Alcance dos sites.....	27
Gráfico 4 - Aceitação de um novo produto	27
Tabela 1 - Análise SWOT	25

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	2
RESUMO.....	4
ABSTRACT	5
LISTA DE FIGURAS	6
LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS	1
INTRODUÇÃO	14
1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	15
2. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	16
3. OBJETIVOS GERAL	17
3.1. OBJETIVO ESPECÍFICO	17
4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO.....	18
5. VIABILIDADE	19
5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL	19
5.2 VIABILIDADE ECÔNOMICA	19
5.3 VIABILIDADE SOCIAL	20
5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL	20
6. JUSTIFICATIVA	21
7. HIPÓTESE	22
8. METODOLOGIA.....	23
8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM	23
8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	23
9. ANÁLISE SWOT	25
9.1 PESQUISA DE CAMPO	25
10. REFERENCIAL TEÓRICO	28
10.1 TURISMO	28
10.2 EVENTOS	28
10.3 ESTÂNCIA TURÍSTICA.....	28
10.4 DIVULGAÇÃO	29
10.5 MEIO DE COMUNICAÇÃO	29
10.5 PLATAFORMA DIGITAL	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

INTRODUÇÃO

No ano de 2020 o mercado mundial foi afetado pela crise pandemia de COVID-19, que definido por (OPAS, 2022):

“A COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca”. (OPAS, 2022).

O mercado de eventos foi muito afetado mundialmente, principalmente em lugares que necessitam do turismo para sobreviver, no contexto econômico.

O município de Mongaguá é uma estância turística, e consequentemente foi empolgado por esse cenário. A prefeitura da cidade está se reajustando para uma nova perspectiva ao turismo e aos eventos, porém ainda há uma inexatidão na divulgação desses eventos, sendo necessário um meio de comunicação para que turistas e moradores tenham conhecimento sobre os eventos que ocorrem na cidade.

1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Para a organização de um evento são necessárias várias etapas, entre elas, está a comunicação, essa etapa tem grande importância, não podendo ser negligenciada, todos os detalhes devem ser planejados para que o resultado atenda às expectativas dos organizadores.

De acordo com (academy 4.events, 2021) os melhores canais de divulgação podem ser considerados veículos de comunicação direta entre emissor e receptor, por meio deles, é possível atrair seu público. Com o avanço da tecnologia, o meio digital é o primeiro contato entre o cliente e o negócio, sendo necessário uma propaganda on-line.

Através de pesquisas foi analisado a dificuldade dos moradores de Mongaguá com relação a encontrar eventos em sua própria cidade. Esse Problema também influencia os turistas, que em muitas das vezes não sabem aonde ir ou o que fazer no seu tempo de lazer.

Foi detectado por meio de consultas com produtores de eventos, a grande dificuldade em divulgação na cidade de Mongaguá, visto que há uma escassez em plataformas com esse propósito.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

O projeto foi iniciado em 9 de agosto de 2022 e está previsto para ser concluído em junho de 2023, com uma duração total de dez meses. O projeto será realizado no litoral sul do estado de São Paulo, mais especificamente na cidade de Mongaguá. Seu objetivo principal é aprimorar a divulgação dos eventos turísticos que ocorrem no município, por meio do desenvolvimento de uma plataforma dedicada a esse fim.

3. OBJETIVOS GERAL

O objetivo deste trabalho é desenvolver uma plataforma abrangente com o propósito de auxiliar tanto os turistas quanto os produtores de eventos na região do litoral sul de São Paulo. A plataforma terá como objetivo principal a divulgação dos trabalhos locais, promovendo os comércios e proporcionando benefícios aos visitantes.

3.1. OBJETIVO ESPECÍFICO

Para alcançar o resultado esperado, é necessário seguir algumas etapas para a realização deste projeto. São elas:

Realizar pesquisas investigativas para identificar o que as pessoas mais procuram na região em relação a eventos. Essa pesquisa ajudará a identificar o problema e formular hipóteses.

Coletar dados consultando os produtores de eventos da região. Isso permitirá avaliar a viabilidade da plataforma e sua capacidade de se manter ativa.

Com base nos passos anteriores, a principal responsabilidade será criar uma plataforma ágil, prática e útil para os usuários.

4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO

Como usuário beneficiário apresenta-se, previamente os organizadores e empresas de eventos da região de Mongaguá (pessoa jurídica), que se beneficia da plataforma através de divulgações.

Além disso, pode-se apontar como usuário beneficiário os turistas e moradores de Mongaguá, que possuirão mais facilidade ao procurar eventos, alavancando o turismo na região.

5. VIABILIDADE

De acordo com (dicionário da língua portuguesa, 2022), viabilidade é Qualidade do que é viável, daí que pode ser realizado, desenvolvido.

Dentro de um projeto, é necessário o estudo da viabilidade para saber se vale apena colocá-lo em prática, é uma etapa importante para o desenvolvimento do trabalho.

Segundo (UFMG CONSULTORIA JUNIOR, 2021):

O objetivo principal ao realizar uma Análise de Viabilidade de Projetos é verificar e antecipar cenários e resultados otimistas e pessimistas. A Análise de Viabilidade de Projetos permite que se façam projeções assertivas, decidindo se o projeto deve ou não ser levado adiante. Ela permite, também, realizar comparações, sejam elas internas ou em relação a outros atores do mercado, analisando o tamanho do mesmo, considerando a aceitação de um produto ou serviço, ou estimando o retorno financeiro de um projeto. (UFMG CONSULTORIA JUNIOR, 2021)

5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL

Para alcançar o resultado esperado do projeto mencionado acima, é necessário seguir algumas etapas, incluindo a realização de uma avaliação para analisar e determinar se as necessidades da organização podem ser atendidas com a conclusão do projeto. Essa avaliação envolverá um estudo detalhado para avaliar quão bem as necessidades da organização podem ser supridas.

Além disso, outras etapas incluem a realização de pesquisas com caráter investigativo para identificar o que as pessoas mais procuram na região em relação a eventos, obtendo resultados que auxiliarão na identificação do problema e das hipóteses. Também será necessário coletar dados através de consultas aos produtores de eventos da região para identificar a viabilidade da plataforma e sua capacidade de se manter ativa.

Com base nessas etapas anteriores, a maior responsabilidade será criar uma plataforma ágil, prática e útil para os usuários, garantindo que as necessidades da organização sejam atendidas de forma eficaz.

5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA

Em concordância com (GIMENES & MODOLO, 2021) o estudo de viabilidade econômica engloba uma série de análises de mercado com o objetivo de avaliar a viabilidade de um investimento.

No caso específico desse projeto, é importante considerar os custos envolvidos. O aplicativo tem um custo estimado entre R\$ 150 mil e R\$ 500 mil. Já o valor do site pode variar de R\$ 2.500 a R\$ 15 mil, dependendo das necessidades específicas.

No entanto, é preciso levar em conta que o preço pode variar considerando também a manutenção do site, podendo ser acrescentado um valor adicional de R\$ 100 a R\$ 400 reais.

Com base nessas informações, parece mais viável optar pela elaboração de um site, levando em conta as observações feitas.

5.3 VIABILIDADE SOCIAL

A realização de eventos em uma cidade turística gera um aumento lucrativo muito grande, isso é causado pela alta temporada e pelos seus turistas que se interessam pelos atrativos turísticos, porém, não pode esquecer de seus moradores.

Nesse projeto, os principais resultados serão: uma alta divulgação sobre os eventos gerados em nossa região, assim abrangendo pequenos produtores de eventos.

Outra causa seria, uma qualidade de vida melhor aos moradores, já que até fora da alta temporada ainda sim teria eventos sendo realizados.

5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL

Segundo (MINERAL, ENGENHARIA E MEIO AMBIENTE, s.d.) o estudo da viabilidade ambiental é um diagnóstico feito através dos meios físicos, biótico e socioeconômico da análise das características do empreendimento e da legislação ambiental relacionada, informações precisas e importantes sobre a viabilidade ambiental da implantação de um determinado empreendimento em um determinado local.

Como o projeto é de forma virtual, no projeto não haverá nenhum impacto ambiental. O lixo produzido pelos eventos será responsabilidade dos produtores de eventos, e não afetará o projeto em si.

6. JUSTIFICATIVA

Em concordância com (SILVA, 2022) o Setor de eventos é responsável por pouco mais 4% do PIB brasileiro, demonstrando a importância do setor, principalmente em uma cidade turísticas.

Estima-se que as medidas restritivas impactaram 97% das empresas do setor, que deixaram de faturar ao menos R\$ 230 bilhões em 2020 e 2021. Mais de seis milhões de profissionais que dependiam de eventos foram afetados, prejudicando a movimentação desse mercado gerando desemprego.

O setor de Eventos foi o primeiro a parar e o último a voltar, como Mongaguá é uma estância Balneária, sua economia foi diretamente afetada pela pandemia, portanto deve-se trabalhar em sua retomada com eventos.

De acordo com a pesquisa de (Poder 360, 2022) o uso do celular aumentou em 19% na pandemia, com isso justifica-se a introdução de uma nova plataforma de divulgação de eventos.

7. HIPÓTESE

Dentre as hipóteses, pode-se citar:

- A dificuldade de divulgação;

Em concordância com ((Even3. Blog, s.d.)):

A divulgação de eventos é uma das maneiras mais eficazes para atrair público e reforçar o seu branding. Afinal, de nada adianta organizar e planejar seu evento da melhor maneira possível, se o público não sabe da sua existência (Even3. Blog, s.d.).

Ou seja, a divulgação pode ser um empecilho se não divulgada da maneira correta e em plataformas estratégicas.

- A falta de interesse público em eventos;

Para a realização de um evento, todas decisões são tomadas de acordo com o público, ele é o fator fundamental.

- A falta de eventos;

Para que haja uma busca por eventos, precisa de uma demanda, é necessário existir eventos para que eles sejam divulgados.

8. METODOLOGIA

De acordo com (Alves, s.d.) metodologia é uma palavra derivada de ‘método’ do latim “*methodus*”, que tem como definição “caminho ou a via para a realização de algo”, ou seja, é o processo até a realização de algo. Sendo assim, a metodologia é uma área que estuda os métodos de determinado campo e encontra o melhor para ser aplicado.

“Uma metodologia de pesquisa pode variar segundo a sua natureza. Assim, uma pesquisa pode ser qualitativa, quantitativa, básica ou aplicada.” (Alves, s.d.)

8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM

Para a realização da pesquisa, foi utilizado os seguintes métodos pela equipe: o método indutivo, que de acordo com (MENEZES, s.d.) é um método de indução, onde chega-se à conclusão através de um raciocínio de observação, podendo ser usado para chegar em conclusões verdadeiras ou não. Foi utilizado para chegar ao problema.

Também foi utilizado o método hipotético-dedutivo, que de acordo com (MENEZES, s.d.) ele chega-se à conclusão a partir de premissas a partir do raciocínio lógico, onde analisa-se as informações e chega à conclusão a partir de premissas, testando as hipóteses.

8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Foi adotado o método monográfico, conforme definido por (Play, 1930), que consiste no estudo aprofundado de indivíduos, profissões, condições, instituições, grupos ou comunidades, visando obter generalizações. Além disso, foi realizado um estudo de campo, que envolve a coleta direta de informações junto à população pesquisada.

Para embasar teoricamente o trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, conforme descrito por (de Souza, de Oliveira, & Alves). Essa etapa requer dedicação, estudo e análise por parte do pesquisador, visando reunir e analisar textos publicados que sejam relevantes para sustentar o trabalho científico.

Além dessas abordagens, também foi realizada uma análise SWOT, que consiste na identificação das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas ao objeto de estudo. Essa análise contribui para uma compreensão mais abrangente e aprofundada da situação em estudo.

9. ANÁLISE SWOT

Tabela 1 - Análise SWOT



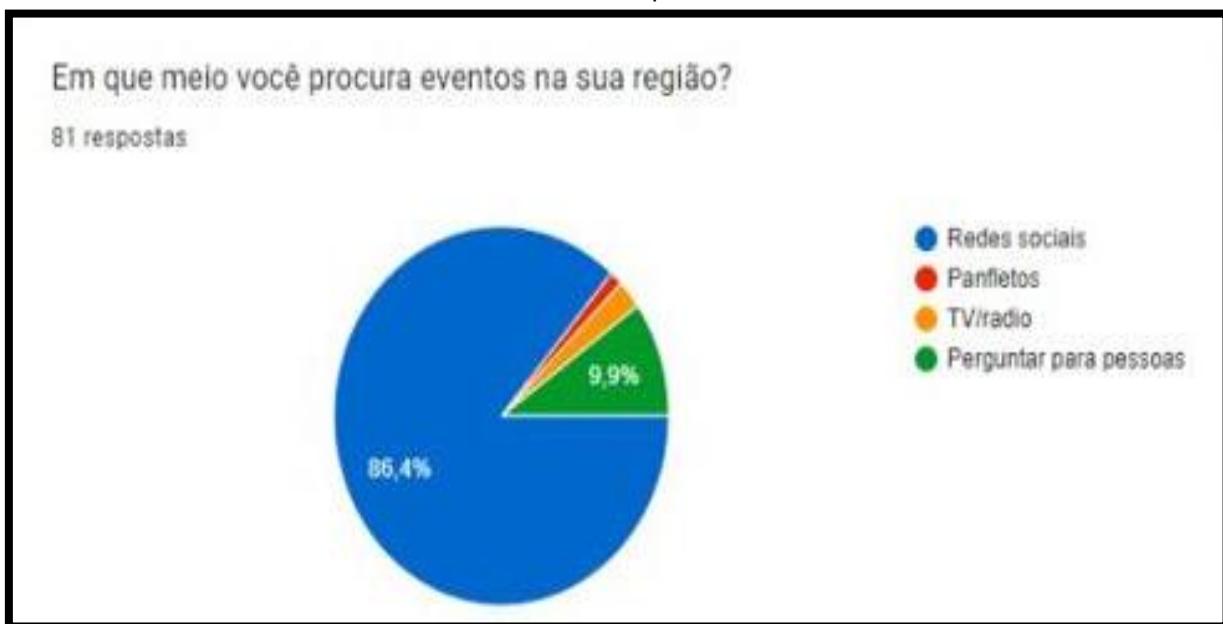
FONTE: Autoria própria

9.1 PESQUISA DE CAMPO

Foi aplicada a pesquisa exploratória para a formulação das hipóteses, no qual realizou-se um estudo de caso no intuito de formular as hipóteses do problema.

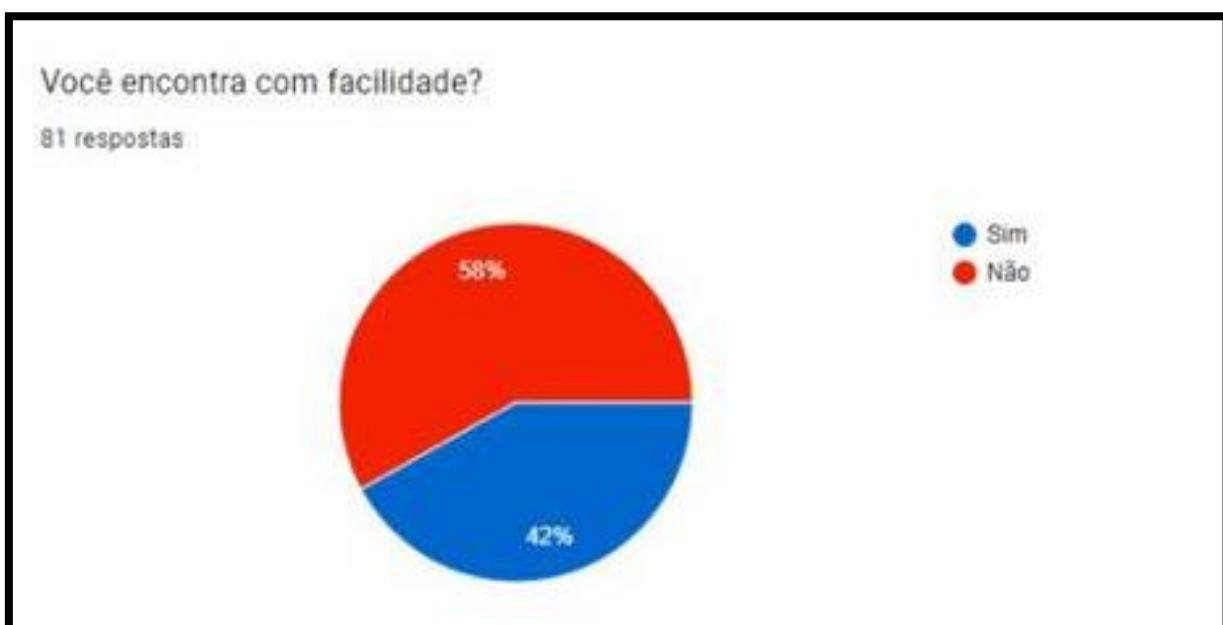
Buscando a validação do problema, foi realizado uma pesquisa de campo Quantitativa-Descriptiva, através de um formulário elaborado com a finalidade de avaliar a interação dos moradores com os eventos que acontecem na região do litoral de São Paulo.

A pesquisa foi respondida por 82 pessoas, onde pode-se encontrar os seguintes resultados:

Gráfico 1 - Procura por eventos

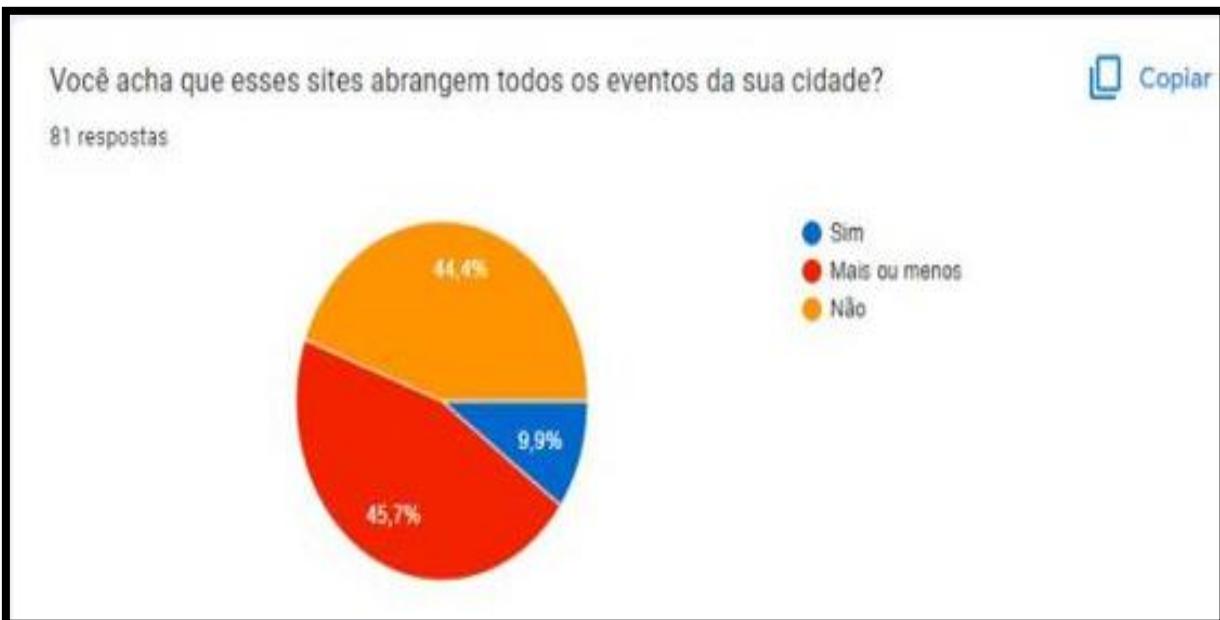
FONTE: Autoria própria

A partir desse gráfico, pode-se analisar que a maioria, sendo 86,4% das respostas buscam eventos nas Redes Sociais, afirmindo a necessidade de um canal online para a divulgação de eventos, visto que a tecnologia é o meio mais procurado pelas pessoas.

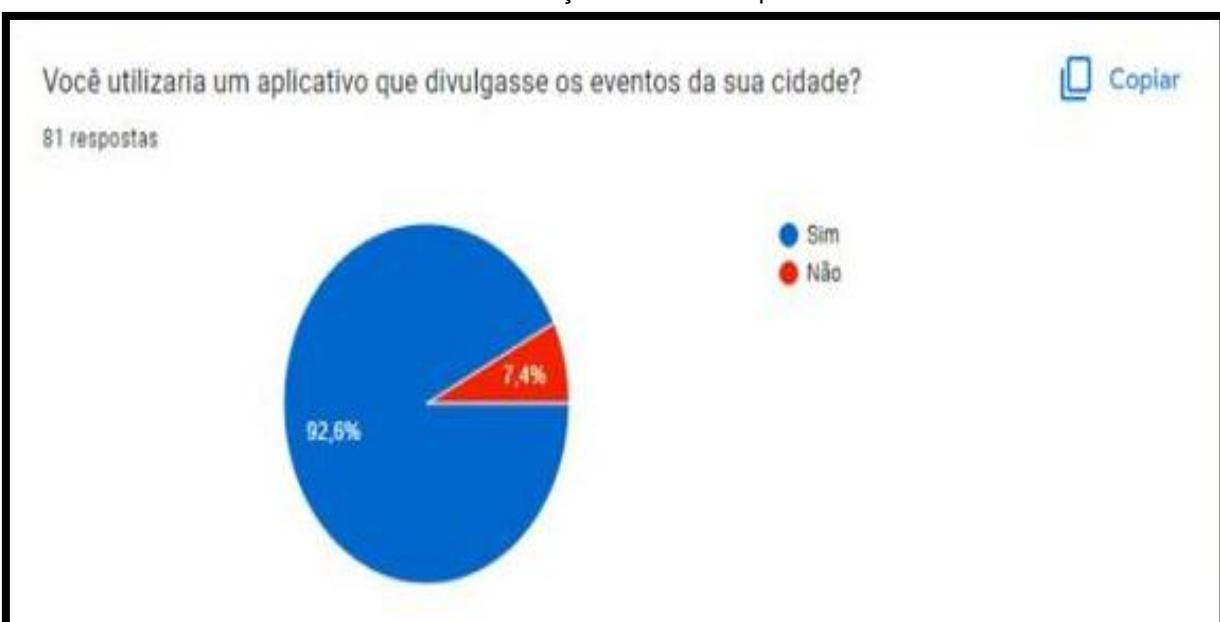
Gráfico 2 - Facilidade no acesso

FONTE: Autoria própria

De 81 pessoas, 58% não encontra eventos com facilidade, conotando uma ineficácia na forma que os eventos da cidade de Mongaguá estão sendo propagados.

Gráfico 3 - Alcance dos sites

FONTE: Autoria própria

Gráfico 4 - Aceitação de um novo produto

FONTE: Autoria própria

De 81 respostas, apenas 9,9% acreditam que os sites existentes abrangem todos os eventos da cidade, e 92,6% utilizariam uma plataforma que divulgasse eventos. Ilustrando a escassez em canais com esse propósito, é um mercado carente na região, que precisa ser mais explorado.

10. REFERENCIAL TEÓRICO

10.1 TURISMO

Como o Turismo é uma área muito ampla, a definição adotada pela Organização Mundial de Turismo refere-se principalmente às atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares diferentes dos que habitam, por um período inferior a um ano consecutivo. Essas viagens têm como propósito principal o lazer, mas também podem abranger fins de negócios e outros propósitos. Essa definição, citada por (portalsaofrancisco, 2023), destaca a diversidade de motivações e experiências que estão incluídas no contexto do turismo.

10.2 EVENTOS

Eventos é uma área do turismo que, de acordo com a definição da Associação Brasileira de Empresas e Eventos, pode ser compreendida como um acontecimento que reúne várias pessoas com o objetivo de se divertir, comemorar e divulgar seus interesses, proporcionando uma troca de experiências entre os participantes (MARCONDES, s.d.). Esses eventos podem variar em natureza e escala, abrangendo desde festivais culturais e esportivos até conferências e convenções empresariais. São momentos em que as pessoas se reúnem para desfrutar de atividades especiais e interagir com outras pessoas que compartilham dos mesmos interesses, contribuindo para o enriquecimento cultural, social e econômico da comunidade em que ocorrem.

10.3 ESTÂNCIA TURÍSTICA

O estado de São Paulo possui 70 municípios que se caracterizam como estância turística, de acordo com o (Marcellino, 2023), as estâncias possuem infraestrutura e serviços direcionados ao turismo, seguindo legislação específica e pré-requisitos para a qualificação, elas podem ser destacadas como Balneárias, Turísticas, Climáticas e Hidrominerais, como por exemplo, o município de Mongaguá que se classifica como estância balneária, que é um município que precisa de praia ou mar, não se considerando como tal orla marítima constituída exclusivamente de rocha viva.

10.4 DIVULGAÇÃO

Divulgação é uma palavra que vem do latim *divulgatio*, que é a ação de divulgar, ou seja, de acordo com (conceito.de, s.d.), tem o propósito de difundir, promover ou publicar algo para o disponibilizar e colocar ao alcance do público.

Ela está diretamente relacionada com o meio de comunicação social, ganhando cada vez mais espaço no mundo digital com o avanço tecnológico, sendo muito importante para atrair clientes, sendo muito importante para a área de turismo promover algo e deixá-lo no alcance da população.

10.5 MEIO DE COMUNICAÇÃO

Os meios de comunicação, como já mencionado auxilia na comunicação e circulação de informação na internet.

De acordo com (Guitarrara, s.d.), “são todos os instrumentos utilizados para a transmissão de informações e ideias, além de promoverem a conexão entre pessoas ou grupos de pessoas. Eles podem ser individuais, quando se estabelece a comunicação entre um indivíduo e outro ou um grupo restrito, ou de massa, quando a informação é propagada para uma grande quantidade de pessoas ao mesmo tempo.”

Eles passaram por uma série de transformações, e hoje em dia o principal meio de comunicação é o celular, destacando a importância da existência de plataformas digitais.

10.6 PLATAFORMA DIGITAL

A plataforma digital está cada vez mais presente no mundo, devido ao avanço tecnológico, de acordo com levantamento feito pela empresa de prospecção digital Ramper, 67% dos negócios entrevistados revelaram ter melhorado o faturamento após implementarem plataformas digitais para prospecção de clientes.

Plataforma digital é, segundo (Medeiros, 2022)“modelos de negócios que operam por meio da tecnologia, conectando usuários e empresas dos mais variados setores”, tendo como objetivo conectar a empresa e o indivíduo, facilitando a comunicação por meio digital, e o acesso aos serviços já existentes nas áreas, como no turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Academy 4.events.** (11 de fevereiro de 2021). Saiba A Importância De Uma Boa Estrutura Para Divulgar O Seu Evento. Acesso em 30 de agosto de 2022, disponível em academy 4.events: <https://academy.4.events/pt-br/saiba-a-importancia-de-uma-boa-estrutura-para-divulgar-o-seu-evento/>
- ALVES, I.** (s.d.). O que é Metodologia. Acesso em 23 de fevereiro de 2023, disponível em significados: <https://www.significados.com.br/metodologia/conceito.de.> (s.d.). Conceito de Divulgação. Acesso em 30 de maio de 2023, disponível em conceito.de: <https://conceito.de/divulgacao>
- de Souza, A. S., de Oliveira, G., & Alves, L. (s.d.). A PESQUISA BIBLIOGRÁFICA: PRINCÍPIOS E. Fonte: file:///C:/Users/lab00-00/Downloads/2336-Texto%20do%20Artigo-8432-1-10-20210308%20(1).pdf
- dicionário da lingua portuguesa. (13 de dezembro de 2022).
- Significado de Viabilidade.** Fonte: dicio: <https://www.dicio.com.br/viabilidade/> Even3. Blog. (s.d.). Dicas imperdíveis para fazer a melhor divulgação de eventos! Acesso em 30 de agosto de 2022, disponível em <https://blog.even3.com.br/dicas-divulgacao-de-eventos/>
- GIMENES, B., & MODOLLO, P.** (17 de outubro de 2021). Qual a importância de uma viabilidade econômica? Acesso em 13 de dezembro de 2022, disponível em Empresa Junior Mackenzie Consultoria: <https://jrmack.com.br/qual-a-importancia-de-uma-viabilidade-economica/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20viabilidade%20econ%C3%B4mica,empresa%20come%C3%A7ar%20a%20ser%20executado.>
- GUITARRARA, P.** (s.d.). Meios de comunicação. Acesso em 30 de maio de 2023, disponível em Brasil Escola: <https://brasilescola.uol.com.br/amp/geografia/meios-de-comunicacao.htm>
- MARCELLINO, A. D.** (05 de maio de 2023). estância turística.
- MARCONDES, J. S.** (s.d.). Evento: O que é? Conceitos. Classificação dos Eventos. Acesso em 29 de maio de 2023, disponível em Blog Segurança privada: <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/evento-o-que-e-conceitos-classificacao-dos-eventos/>

MEDEIROS, M. A. (11 de maio de 2022). Plataformas digitais: o que são e quais são as vantagens para a sua empresa. Acesso em 30 de maio de 2023, disponível em ecommerce na pratica: <https://ecommercenapratica.com/blog/plataformas-digitais>

MENEZES, P. (s.d.). Método Indutivo. Acesso em 29 de maio de 2023, disponível em Toda Matéria: <https://www.todamateria.com.br/metodo-indutivo/>

MINERAL, ENGENHARIA E MEIO AMBIENTE. (s.d.). Estudo de viabilidade ambiental. Acesso em 13 de dezembro de 2022, disponível em <https://www.mineral.eng.br/estudo-viabilidade-ambiental#:~:text=O%20estudo%20de%20viabilidade%20ambiental%20inclui%20o%20levantamento%20das%20peculiaridades,em%20acolher%20o%20empreendimento%20proposto.>

OPAS. (03 de outubro de 2022). Folha informativa sobre COVID-19. Fonte: OPAS/OMS: <https://www.paho.org/pt/covid19>

PLAY, L. (1930). Fonte:

<https://www.cpaqv.org/epistemologia/metodomonografico.pdf>

PODER 360. (13 de janeiro de 2022). Brasileiros usaram o celular mais de 5 horas por dia em 2021... Acesso em 20 de setembro de 2022, disponível em poder 360: <https://www.poder360.com.br/brasil/brasileiros-usaram-o-celular-mais-de-5-horas-por-dia-em-2021/#:~:text=Segundo%20o%20relat%C3%A3o%2C%20foram%20gastas,passaram%20em%20frente%20%C3%A0%20TV.>

PORTAL SÃO FRANCISCO. (29 de maio de 2023). Dia Mundial do Turismo. Fonte: portal são francisco: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/calendario-comemorativo/dia-mundial-do-turismo>

portalsaofrancisco. (30 de maio de 2023). Dia Mundial do Turismo. Fonte: Portal São Francisco: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/calendario-comemorativo/dia-mundial-do-turismo>

SILVA, R. N. (06 de junho de 2022). Abalado pela pandemia, setor de eventos precisa de apoio. Acesso em 20 de setembro de 2022, disponível em exame.com: <https://exame.com/bussola/abalado-pela-pandemia-setor-de-eventos-precisa-de-apoio/>

UFMG CONSULTORIA JUNIOR. (24 de agosto de 2021). Análise de Viabilidade de Projetos: saiba como elaborá-lo e aplicá-lo no seu negócio! Acesso em 13 de

dezembro de 2022, disponível em UCJ: <https://ucj.com.br/blog/analise-de-viabilidade-de-projetos/>

CRONOGRAMA

PERÍODO	2022						2023					
Etapa da Pesquisa	Julho	Agosto	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Janeiro	Fev.	Março	Abril	Maio	Junho
INTRODUÇÃO												
FORMULAÇÃO DO PROBLEMA												
DELIMITAÇÃO DO TEMA												
OBJETIVO GERAL												
OBJETIVO ESPECÍFICO												
USUÁRIO BENEFICIÁRIO												
Entrega Parcial do PDTCC (Prévia)												
VIABILIDADE												
VIABILIDADE OPERACIONAL												
VIABILIDADE ECONÔMICA												
VIABILIDADE SOCIAL												
VIABILIDADE AMBIENTAL												
JUSTIFICATIVA												
Apresentação do DTCC												
HIPÓTESE												
METODOLOGIA												
MÉTODOS DE ABORDAGEM												
MÉTODOS E PROCEDIMENTOS												
ANÁLISE SWOT												
PESQUISA DE CAMPO												
REFERENCIAL TEÓRICO												
Coleta de dados												

FONTE: Autoria própria (2022/2023)