

# Turismo de Negócios e Eventos no Desenvolvimento do Município de Guarulhos

Valmir Martins de Oliveira<sup>1</sup>

**RESUMO:** Análise do mercado de turismo de negócios e eventos, apresentando dados e informações de desempenho. É um segmento do turismo que irá crescer nos próximos anos, uma tendência reforçada pelo aumento das viagens de negócios e como resultado do processo de globalização. É importante gerador de empregos que ajuda a melhorar as condições de vida dos residentes locais.

Analisa especialmente a cidade de Guarulhos e seu Aeroporto Internacional, as cadeias de hotéis, rodovias e os componentes de infra-estrutura. Demonstra algumas diretrizes que irão afetar o turismo de negócios e eventos e as perspectivas de Guarulhos para conquistar seu desenvolvimento através deste mercado. As análises e projeções apresentadas foram baseadas em pesquisa, envolvendo hotéis e investidores dessa cidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de eventos; viagem de negócios; Convention & Visitors Bureau; feiras comerciais; Guarulhos; São Paulo; Brasil.

**ABSTRACT:** This article analyses the events and business tourism market, presents the performance data and information. It is a segment of the tourism that will grow more in the next years, a tendency fortified by the increase of the business travel and as a result of the globalization process. It is an important job creator, which helps to improve the living conditions of local residents. It analyses specially the city of Guarulhos and its International Airport, hotel chains, highways and the components of infrastructure. Provides some directives which will affect the events and business tourism and the perspectives of

*Guarulhos to conquer its development through this market. The analysis and forecasts presented were based upon the research involving hotels and investors of this city.*

**KEYWORDS:** Events Tourism; business travel; Convention & Visitors Bureau; Trade Fairs; Guarulhos; São Paulo; Brasil.

## Considerações Iniciais

O objetivo da abordagem deste trabalho está concentrado na representatividade do segmento de negócios e eventos no turismo nacional e internacional, tendo como destaque aspectos sócioeconômicos e estruturais atuantes e a inserção do município de Guarulhos.

Os dados apresentados do crescimento deste mercado no referido município são os principais resultados obtidos na pesquisa realizada, através do contato com os empresários e investidores regionais do setor no primeiro semestre de 1999.

Inicialmente, este artigo evidencia a importância deste mercado através do “Panorama Mercadológico do Turismo de Negócios e Eventos e Perspectivas Gerais do Setor no Mundo e no Brasil”. Em seguida temos: “Guarulhos e suas Potencialidades para o Turismo de Negócios e Eventos”, retratando os seus aspectos envolvidos e especialmente a expansão da rede hoteleira. As “Considerações Finais” envolvem a análise do município para o seu desenvolvimento através deste segmento do turismo.

## Panorama Mercadológico do Turismo de Negócios e Eventos no Mundo e no Brasil

Na atualidade, em face da grande competitividade do mercado, as empresas brasileiras estão inseridas num ambiente de desenvolvimento crescente e contínuo para reunir pessoas e discutir novas estratégias, fortalecer e buscar novos mercados, lançar novos produtos e para se atualizarem. Dentro deste contexto, o segmento do turismo de negócios e eventos se fortalece significativamente no cenário econômico mundial, contribuindo para o aumento das viagens, gerando empregos e divisas.

A estimativa da World Travel & Tourism Council (WTTC) é o crescimento mundial de 4,4% nas viagens de negócios para o ano de 1999. As perspectivas para os próximos anos se baseiam no incremento das viagens de negócios no mundo, especialmente para o Brasil, motivadas principalmente pela sua estabilidade e potencialidade econômica, investimentos internos e especialmente estrangeiros.

Historicamente, o segmento de exposições, convenções e reuniões tem sido responsável pelas grandes mudanças na indústria hoteleira (Montgomery & Strick, 1994:13).

1. Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade São Judas Tadeu. Pós-graduado *lato sensu* e mestrando em Turismo na Escola de Comunicações e Artes – USP. Professor dos cursos de Turismo e Administração Hoteleira da UNICSUL – Universidade Cruzeiro do Sul e UNISA – Universidade Santo Amaro.  
End.: Rua Barata Ribeiro, 284 - apto. 204 – 01308-00 – São Paulo – SP – Brasil.  
E-mail: valmirmartins@starmedia.com.

Segundo estimativa do International Association of Convention & Visitors Bureau, o turismo de eventos em todo o mundo movimenta 40 milhões de pessoas, envolvendo 70 mil congressos por ano. No Brasil são realizados pouco mais de 2 mil, propiciando gastos *per capita* na ordem de US\$ 240,00, quase três vezes maior do que os gastos realizados pelo turista de lazer, num período médio de cinco dias.

Conforme ranking da The International Meetings Association (ICCA), o Brasil ocupou a 21ª posição em 1997 e 20ª em 1998 entre os países que mais realizaram congressos e convenções internacionais, não estando contabilizadas as feiras e os milhares de eventos nacionais realizados em nosso país. O mercado apresenta oportunidades para empresas de todos os portes em áreas como hospedagem, alimentação, gráfica, serviços de recepção e demonstração de produtos, montagem de estandes, transportes, entre muitas outras que ainda podem se desenvolver em função da crescente demanda.

O turismo de eventos não beneficia somente a cidade-sede, mas todo o país e proporciona:

- redução da sazonalidade;
- entrada de divisas;
- melhoria da imagem;
- mobilização do *trade* turístico;
- mobilização dos prestadores de serviços.

Entretanto, existe significativa concentração de participantes de eventos internacionais no continente europeu, conforme a Tabela 1. A América do Sul apresentou um crescimento no período, enquanto observamos a queda de participação da América do Norte.

**TABELA 1 - CONCENTRAÇÃO DOS PARTICIPANTES EM EVENTOS INTERNACIONAIS POR CONTINENTE (1996 E 1997)**

Continentes	1996	1997
Europa	55	57
África	1	3
Ásia	20	19
Austrália / Pacífico	5	6
América do Norte	14	9
América do Sul e Central	5	6

Fonte: ICCA.

Atualmente, o desenvolvimento econômico e progressivo, bem como o surgimento de meios de comunicação avançados que facilitam e agilizam o intercâmbio de informações entre empresas de todo o mundo, evidenciam que as feiras e eventos não perderam sua importância.

A Alemanha destaca-se no mercado de feiras, eventos e exposições, sendo a sede de 85% das maiores e mais importantes feiras do planeta.

O espaço para exposições em Hannover, o maior do mundo, é composto por 27 pavilhões com mais de 500 mil m<sup>2</sup>, um local ao ar livre com mais de 200 mil m<sup>2</sup>, um Centro de Convenções com mais de 35 salas de conferências, 44 restaurantes para 18.700 convidados e estacionamento com 50 mil vagas. Outros principais espaços estão localizados nas cidades de Düsseldorf, Hamburgo, Munique, Berlim e Colônia.

Este segmento na Alemanha possui vasta experiência e infra-estrutura arrojada, juntamente com atividades de marketing altamente eficazes, completa diversidade de serviços e fácil acesso rodoviário, ferroviário e aéreo. É considerável o destaque da Alemanha pelo seu alto nível de desenvolvimento, localização estratégica, integração com a União Européia e sua representativa participação na economia mundial.

O segmento de eventos tem sido alvo de discussões sobre os impactos ambientais, sociais e culturais. A relação custo-benefício mostra claramente em favor dos benefícios e progresso regional (Getz, 1990).

Nessas vantagens do custo-benefício da área de eventos, somadas a muitas outras, está incluída a construção da imagem da cidade e região e sua contribuição para o desenvolvimento sustentável. As ações promocionais e publicitárias empreendidas coletivamente proporcionam muito mais vantagem do que a propaganda de cada empreendimento isoladamente, tanto no que se refere à diminuição dos gastos como na possibilidade da utilização de profissionais especializados (Ruschmann, 1995:62).

Neste setor também ocorre a movimentação de capital privado para patrocínios e também para projetos de desenvolvimento e revitalização das cidades e regiões.

O fenômeno da globalização está buscando maior nível de competitividade comercial, em busca da promoção de negócios, estabelecimento de parcerias e novos mercados, favorecendo desta forma o crescimento do setor, especialmente em São Paulo onde este mercado cresce em torno de 7% ao ano. A cidade, vista como um produto turístico, também deve ser analisada em termos de suas atrações, suas facilidades e suas acessibilidades (Lage e Milone, 1991:32).

O mercado brasileiro tem apontado grandes parcerias no setor de feiras, especialmente com as alemãs: a formação da Guazzelli Feiras Messe Frankfurt, uma associação entre a Guazzelli, segunda maior promotora de feiras do país, com a Messe Frankfurt, uma das maiores da Alemanha, e a Hannover Fairs do Brasil, representante da Deutsche Messe no país, é um exemplo.

Entretanto, é importante analisar a tecnologia que está sendo desenvolvida

para este setor e políticas alternativas para as relações comerciais, afetando o turismo de negócios e eventos.

As medidas não atingem somente o corte com investimentos materiais, mas especialmente as viagens de negócios. O avanço tecnológico e a chegada de ferramentas empresariais para realização de negócios fazem com que as reuniões sejam realizadas e funcionários sejam treinados sem a necessidade de deslocamento, visando também acelerar processos, disponibilizar a informação para um número maior de profissionais e especialmente otimizar o orçamento empresarial.

A videoconferência, por exemplo, tem se consolidado como uma alternativa tecnológica de uso crescente pelas empresas, envolvendo várias pessoas de diversas cidades, Estados e países.

Através da Tabela 2, podemos verificar o resultado da pesquisa realizada com 440 empresas americanas, revelando um número expressivo que adotaram políticas para redução de gastos com viagens de negócios, e estão fazendo uso da tecnologia para transmissão de informações, reuniões e treinamentos através da videoconferência.

**TABELA 2 - DEMONSTRATIVO DO CORTE DE GASTOS COM VIAGENS DE NEGÓCIOS NAS EMPRESAS AMERICANAS (1998)**

Total de Empresas (em %)	Política Adotada pelas Empresas
76	Redução do número de funcionários nas viagens de negócios
74	Redução do número de viagens domésticas
73	Uso com mais freqüência de aviões da empresa ou fretados
73	Aumento do uso de videoconferência
71	Redução da participação em conferências e seminários
66	Pedidos para que os funcionários viajem nos finais de semana
63	Uso de aeroportos alternativos (mesmo que sejam menos convenientes)

Fonte: National Business Travel Association (EUA).

Para todos os efeitos, ainda é incontestável a importância e o crescimento deste setor, visto que algumas regiões, que tradicionalmente trabalhavam somente

com o turismo de lazer, estão canalizando esforços para sua inserção neste mercado e obtendo significativo crescimento.

Um exemplo notável é o Estado da Bahia. Segundo a Bahiaturisa, o turismo de negócios e eventos no Estado cresce a média de 12% ao ano, contra 5% do turismo de lazer. As previsões apontam que a partir do ano 2000, 50% do fluxo turístico de Salvador será formado por turistas de eventos na baixa estação, atingindo um total de 800 mil pessoas e geração de receita de R\$ 1,2 bilhão. A Bahia ainda este ano estará iniciando a construção dos centros de convenções em Porto Seguro, Ilhéus, e o segundo pavilhão do Centro de Convenções da Bahia. Os investimentos estão aumentando na rede hoteleira para receber os eventos através dos centros de convenções, *business center* e ampliação do número de apartamentos.

As perspectivas de mercado apontam que novos espaços estarão surgindo na região da Grande São Paulo para eventos e exposições. Os atuais espaços são insuficientes para demanda, quando se trata de espaço qualificado com tamanho disponível e estrutura de serviços. São Paulo vive uma fase próspera de lançamentos de flats e hotéis direcionados para este segmento.

A cidade de Curitiba está consolidando-se como o centro receptor do turismo de negócios e eventos da região Sul e Mercosul. Com uma localização e estrutura urbana planejada, recentemente foi inaugurado o EXPOTRADE, um dos maiores centros de exposições do Brasil.

A região de Campinas destaca-se pela sua logística privilegiada devido ao Aeroporto Internacional de Viracopos e as rodovias Anhanguera e Bandeirantes que a ligam à capital. O referido aeroporto, fundado na década de 1930, possui as menores taxas de fechamento do mundo, crescimento no número de passageiros (de 93 a 97 – 41,74% com rotas para mais de 100 cidades), crescimento do número de cargas (de 93 a 97 – 58,85%), considerado o segundo maior aeroporto de carga aérea do país. O projeto de expansão, já em andamento, prevê o seu posicionamento como um dos maiores aeroportos da América do Sul no início do próximo século. Considera-se também os investimentos estrangeiros para instalação de fábricas, parques temáticos e centros de entretenimento.

## Turismo de Negócios e Eventos em Guarulhos

### Potencialidades

O município de Guarulhos possui uma localização privilegiada entre São Paulo e Rio de Janeiro, mais especificamente entre o Vale do Paraíba e a Capital, às margens das rodovias Presidente Dutra, Ayrton Senna (onde corta o Trópico de Capricórnio) e Fernão Dias. Localiza-se a 20km ao norte da Capital e é a segunda maior cidade do Estado de São Paulo, com uma taxa de crescimento da ordem de 4,31% ao ano (IBGE/1991-1996 – Média Estadual 1,5%). Guarulhos é a 12ª cidade

em potencial de consumo no Brasil, tendo seu valor estimado em mais de US\$ 4 bilhões, à frente de várias capitais.

O Aeroporto Internacional de Guarulhos, maior aeroporto da América do Sul e o segundo maior da América Latina (atrás do complexo da Cidade do México), tem um movimento anual de 15 milhões de passageiros e passará para 27 milhões com a conclusão do Terminal 3 (início das obras: ano 2000).

O Plano Diretor do Aeroporto, projetado para obras modulares, prevê um movimento anual de aproximadamente 40 milhões de passageiros com a conclusão do Terminal 4. Desde a sua inauguração em 1985, mais de 100 milhões de pessoas já desembarcaram no aeroporto.

No trecho Oeste do Rodoanel, que fará a interligação da Avenida Raymundo Pereira de Magalhães (Estrada Velha de Campinas) em Pirituba com a Rodovia Régis Bittencourt, Zona Sul da Capital, atravessando as Rodovias Bandeirantes, Anhanguera, Castelo Branco e Raposo Tavares, apresenta projeções na geração de emprego para 3 mil pessoas e 10 mil postos indiretos de trabalho. Na região da Serra da Cantareira, haverá três túneis até chegar Bonsucesso e o cruzamento com a Dutra.

Existe um projeto para construção de um Centro de Convenções e Eventos na região de Cumbica que poderá ser o maior centro de exposições e eventos do Brasil.

ODRY PORTS São Paulo, Estação Aduaneira Interior (EADI), é um armazém alfandegado, que oferece em sua infra-estrutura uma gama de serviços de armazenagem, movimentação, unitização e desunitização de cargas de importação e exportação, através dos meios aéreo, marítimo e rodoviário. Possui 1.600.000 m<sup>2</sup> e conta com um posto fiscal da Receita Federal para liberação de cargas.

Com relação ao envolvimento da sociedade guarulhense, podemos destacar a pesquisa realizada em Guarulhos no ano de 1998 pelo SEBRAE-SP (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo) e ACIG (Associação Comercial e Industrial de Guarulhos) que confirma esta abordagem social. Três temas de projetos para o desenvolvimento da cidade foram apresentados para uma amostra da população, visando levantar qual teria a melhor aceitação para o desenvolvimento do município. O resultado obtido mostrou que: 49% Indústria do futuro (envolvendo informática e robótica), 36% centro de comércio, serviços e lazer 24 horas e 15% de aprovação para o turismo de negócios como a melhor opção.

Este resultado reforça que a idéia de geração de emprego e renda ainda está ligada diretamente à indústria, mostrando a falta de um canal eficaz de comunicação sobre o Turismo de Negócios e Eventos e seus benefícios para a região.

### *Expansão da Rede Hoteleira e suas Tendências*

A conjuntura econômica, em especial o processo de globalização, aponta grande demanda de oportunidades para vários mercados, em destaque Guarulhos, uma cidade emergente no turismo de negócios e eventos.

Existiu praticamente um período de estagnação de investimentos significativos e hoje Guarulhos vive um processo de expansão do setor hoteleiro, envolvendo especialmente operadoras internacionais, entre elas Sol Meliá, Choice, Accor e Best Western.

A expansão expressiva de sua rede hoteleira foi analisada através da coleta de informações junto às empresas envolvidas, considerando a oferta atual e para os próximos cinco anos, cuja projeção baseia-se nos empreendimentos que estão sendo construídos e em fase de projetos.

**TABELA 3 - EXPANSÃO DA REDE HOTELEIRA EM GUARULHOS (PROJEÇÃO PARA 5 ANOS) JULHO/99**

Rede Hoteleira	Atual	Previsto	Crescimento %
Hotéis / Flats	4	15	275
Apartamentos	517	3.239	526
Área de Eventos ( * )	2.226	7.871	254
Capacidade Área Eventos ( ** )	2.175	7.425	241

Fonte: Empresas e Investidores

(\*) m<sup>2</sup>.

(\*\*) número de pessoas.

A rede hoteleira terá um crescimento projetado para os próximos cinco anos de 275%, conforme demonstra a Tabela 3. Outra informação interessante neste panorama é o significativo aumento da oferta de apartamentos que possivelmente ocorrerá no município: de 517 para 3.239, crescimento de 526%.

É importante destacar que, no decorrer deste período, é previsível a divulgação e implantação de mais empreendimentos para rede hoteleira e que conseqüentemente provocará um elevado ritmo de crescimento.

### **Considerações Finais**

A proximidade da cidade de São Paulo e o Aeroporto Internacional são fatores que beneficiam a cidade de Guarulhos para torná-la um grande centro receptivo de turistas de negócios e eventos com investimentos crescentes.

Em face do mercado competitivo da área de eventos, somente esses fatores não são sustentáveis e suficientes para projetar o município de Guarulhos nesse segmento.

O município enfrenta problemas de infra-estrutura, abrangendo saneamento, ensino, qualificação de mão-de-obra, segurança, trânsito e vias de acesso, dentre

outros. A insuficiência da oferta de produtos e serviços qualificados para o público-alvo do turismo de negócios e eventos é um fator crítico, envolvendo hospedagem, restaurantes, espaços culturais e de lazer, serviços, etc.

Conforme sejam implementadas as melhorias para estas questões, as oportunidades para este segmento serão crescentes e a sociedade guarulhense será especialmente beneficiada, sendo primordial sua conscientização turística para o desenvolvimento do município e a valorização do seu relacionamento com o turista.

Vale ressaltar que o turista de negócios geralmente pede nota fiscal, em virtude do vínculo que possui com a empresa e sua posterior prestação de contas, contribuindo para o processo de arrecadação de impostos.

A mobilização do município diante desta situação é imprescindível para maior receptividade dos visitantes com uma adequada oferta de serviços de qualidade. Essas questões são essenciais e minuciosamente avaliadas na decisão de realizar o evento em um determinado país, Estado, região ou cidade.

A própria estrutura da cidade de São Paulo (27ª posição mundial na captação de eventos internacionais – Fonte: ICCA – The International Meetings Association, 1998), a mobilização de outras capitais do país e o avanço da região de Campinas neste segmento, sinalizam fortemente que o esforço do município de Guarulhos será grande e terá que ser rápido para sua inserção de forma estruturada e qualificada para atender à demanda do turismo de negócios.

Entretanto, o município somente conquistará a sua participação efetiva neste mercado através de ações práticas que fortalecerão todos os componentes da sua estrutura turística e que servirá como base de sua vantagem competitiva.

A captação de visitantes, através de um processo qualificado, profissional e estratégico, traz à tona a necessidade de criar o Guarulhos Convention & Visitors Bureau, unificando os esforços para essa atividade.

É evidente a importância do planejamento turístico municipal, constituído como importante instrumento de ações estratégicas e práticas que otimizem e equilibrem os impactos sócioeconômicos, conduzindo o município para um nível elevado de competitividade. Esta visão permitirá a manutenção e atração de novos empreendimentos de todos os portes.

A sinergia do poder público, privado e sociedade em geral será imprescindível para um desenvolvimento sustentável, contemplando este novo potencial para o município de Guarulhos e sua inserção no mercado global do turismo de negócios e eventos.

### Referências Bibliográficas

- GETZ, Donald. 1990. *Festival, specials events and tourism*. New York: Nostrand Reinhold.  
 GILLET, Charles. 1975. *Conventions and the city. Speech before the International Marketplace for Conventions Cities and Facilities*. France: Cannes.  
 THE INTERNATIONAL MEETINGS ASSOCIATION – ICCA. 1996. *The International Meeting Market*. Amsterdam: The Netherlands.

- LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo C. 1991. *Economia do turismo*. Campinas: Papirus.  
 MONTGOMERY, Rhonda J.; STRICK, Sandra K. 1994. *Meetings, conventions and expositions. An introduction to the industry*. The United States: Nostrand Reinhold.  
 RUSCHMANN, Doris. 1995. *Marketing promocional*. Campinas: Papirus.  
 SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. 1997. *Pesquisa identidade de Guarulhos*. Sebrae: Guarulhos.  
 SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO: ASSOCIAÇÃO COMERCIAL INDUSTRIAL DE GUARULHOS. 1997. *Análise sócioeconômica da cidade de Guarulhos*. Guarulhos.  
 TURISMO ligado a eventos gera investimentos. 1999. *Correio da Bahia*, Salvador, 23 abr. (Negócios) p.5.  
 WTCC – WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL; WEFA – WHARTON ECONOMETRIC FORECASTING ASSOCIATION. 1999. *Travel & tourism satellite accounting*.

*Recebido – 1ª versão 20/12/99*

*Recebido – 2ª versão 04/4/00*

*Aprovado em 14/4/00*