

## **A IMPORTÂNCIA DO TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS NO ESPIRITO SANTO.**

Adriana Gomes da Silva  
Hannah Nicchio Loriato  
Leandro Siqueira Lima

### **Resumo**

O artigo propõe realizar uma abordagem as empresas expositoras em feiras e eventos do ramo. O turismo de eventos e negócios são atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, que segue movimentando a economia do Estado em diversos setores, sendo assim, deve ser considerado como estratégico. Com o objetivo no crescimento do setor no estado e satisfação de viagens de negócios baseando-se em feiras e eventos do ramo. Mostrando ao público a importância do setor em manter o nome da empresa no mercado.

Portanto buscamos investigar benefícios para as empresas por meio de pesquisas bibliográficas e qualitativas através de visitas em feiras do ramo, por telefone e e-mail, podendo assim concluir que apesar da infraestrutura deixa a desejar, os expositores conseguem obter resultados.

**Palavras-chaves:** Turismo de eventos e negócios – Empresas.

### **Abstract**

This paper aims to investigate the trade shows industry. The tour events and business are tourist activities arising from professional interest meetings, following moving the state's economy in different sectors, so should be considered as strategic. Aiming at the industry's growth in the state and business satisfaction based on fairs and branch events. Showing the public the importance of the sector to maintain the company name in the market. Therefore we seek to investigate benefits to companies through literature and qualitative research through visits to branch fairs, by phone and email, and can therefore be concluded that although the infrastructure is weak, exhibitors can get results.

**Keywords:** Tourism and business events - Enterprises.

## INTRODUÇÃO

O turismo de negócios e eventos é um segmento do turismo que vem apresentando um potencial extraordinário para o crescimento no estado do Espírito Santo, tanto pelos benefícios sócios econômicos que trás ao seu entorno, quanto por condicionar o equilíbrio da sazonalidade do turismo. Observa-se a necessidade do investimento capixaba principalmente se tratando do setor logístico. O turismo de negócios mostra um avanço devido a empresas que desenvolveu interesse nas empresas capixabas e em fazer convenções nos hotéis, e feiras no estado.

A escolha do tema veio atrás de visualizar os benefícios que as feiras e eventos de turismo trás para o nosso estado, já que, crescer a cada dia, e só observar e ler revistas, jornais e internet, para ver o quão vem crescendo o setor.

O caminho percorrido e a investigação se deram através de pesquisa bibliográfica utilizando artigos, sites, revistas, jornais e livros. Com objetivo de coletar informações que possibilitam o referencial teórico para fundamentar o desenvolvimento, a pesquisa observatório, pesquisa de campo através de entrevistas realizadas de duas formas: via telefone, conversando diretamente com o funcionário responsável pela organização ou via e-mail, quando solicitado.

Neste contexto, este trabalho vai à busca das principais feiras e eventos capixaba, procurando mostra seus avanços e os benefícios destes eventos para o estado, e quem sabe assim mostra para futuros interessados um turismo de negócio mais rentável e satisfatório baseando-se no período de maior crescimento no estado.

## CONCEITO DE TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

Em relação à conceituação, o Ministério do Turismo (2008, p.14) define que o segmento “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

Segundo Rogers e Martins (2011, p.01), “Turismo de eventos é um ramo de atividade recente e dinâmico que está crescendo e amadurecendo com grande rapidez”.

Segundo Martins (2003, p.35), evento é muito mais que uma comemoração, celebrações ou encontro festivos ou profissionais, é algo difícil de definir que estar presente em toda economia e classes sociais, por isso a definição “depende da visão de quem o realiza e dele participa”.

Canton (1997 p.19) diz que “evento é toda soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados pré-definidos junto ao seu público-alvo”.

Portanto, é possível perceber que o ministério do turismo (2008 p.13) complementa dizendo que Turismo de Negócios & Eventos são um conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.

“É grande o fluxo de homens de negócios que, por sua vez, apresentam maior renda (gastam mais no comércio, restaurantes bares e etc.). Em vitória a média de gastos é de U\$ 150,00 pelos homens de negócios e U\$ 50,00 dos turistas”.

O Turismo de negócios e eventos é “considerado estratégico pela capacidade de minimizar os efeitos da sazonalidade e por ocorrer independentemente da existência de atrativos naturais e culturais exuberantes”.

Contudo as feiras são tipos e formatos do segmento como veremos a seguir.

Segundo o Ministério do turismo (2010, p.19), Feiras são organizadas por empresas ou organizações especializadas no ramo, com a finalidade de exposições, apresentações ou comercialização de produtos e serviços seja ele de diversos setores.

Rogers e Martins (2011, p.49), Feiras são eventos criados por empreendedores do setor como uma resposta a demanda, de atividades puramente comerciais.

## **TURISMO DE NEGOCIOS E EVENTOS NO ES**

Segundo o Guia para setor de turismo do Espírito Santo (edição 02), O Espírito Santo possui localização estratégica, na região Sudeste, próximo das principais metrópoles do País. Essa proximidade atrai turistas de lazer, negócios e eventos, provenientes principalmente de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Brasília.

“Aliado a um amplo e moderno complexo portuário. Todos esses atributos fazem do Espírito Santo um local ideal para a realização de eventos e negócios”. Governo do Estado

Segundo o Guia para setor de turismo do Espírito Santo (edição 02), dotada de excelentes hotéis e rede de Restaurantes. O Estado é o sexto no País em turismo de eventos de negócios, um setor que cresce a cada ano, visto que o estado, em pleno desenvolvimento, oferece preços competitivos para a realização de congressos, feiras e outros. Para isso, possui espaço para eventos de pequeno, médio e grande porte, como o Centro de Convenções de Vitória, na Capital, e o Parque de Exposições de carapina, na Serra.

Segundo o site do governo, O Estado tem se destacado no cenário nacional e no competitivo mercado do turismo de negócios. Com um dos maiores índices de crescimento econômico do país, por mais de uma década, o Estado é o local perfeito

para a realização de eventos nas mais diversas áreas, com destaque para os setores moveleiro, cafeeiro, de celulose, rochas ornamentais, fruticultura e petróleo.

Para o Guia para o setor de Turismo do Espírito Santo (edição 02), o estado é sede de grandes empresas como a Vale, ArcelorMittal Tubarão e ArcelorMittal Cariacica, Fibria, Samarco e Chocolates Garoto, entre outras, o Espírito Santo vem crescendo nesse segmento, principalmente por sua localização privilegiada e proximidade com os principais polos econômicos e mercados emissores do país. Com o desenvolvimento do setor de petróleo e gás e com a chegada da Petrobras ao Estado, a movimentação turística de negócios cresce a cada dia.

Eventos como a Feira Internacional de Mármore e Granito, FEIPPETRO (Feira Brasil Petróleo e Gás), ExpoPortos, Mec Show, Granexpo, ACAPS (Convenção e Feira de Negócios de Supermercados e Padarias), Sabores e Qualieventos já estão consolidados, atraindo demandas significativas e gerando grandes negócios para organizadores, expositores e toda a cadeia produtiva do turismo.

O Espírito Santo está entre os Estados mais cotados por habitantes do Sul e Sudeste para as férias de verão. O turismo de eventos é um dos responsáveis por esse resultado.

<sup>1</sup>Os negócios e contatos realizados durante a Cachoeiro Stone Fair 2014 animaram os representantes do setor de rochas ornamentais, o que elevou o clima de otimismo para os próximos meses e início de 2015. Esta edição contou com uma grande participação dos representantes do setor de máquinas e equipamentos e também apresentou bastante novidade em pedras. A visita de mais de 25 mil pessoas de 700 cidades de todos os Estados brasileiros mostrou o grande interesse do mercado nacional nas novidades apresentadas na feira. A maior parte dos participantes foi da região Sudeste, mas também com grande presença de Estados do Sul e Centro Oeste. O público estrangeiro veio de 17 países.

Tanto Corteletti como Milanezi “concordam que a estrutura de hotéis melhorou e o Estado, por sua localização estratégica, surge como um ponto de atração de eventos que seriam realizados em grandes centros como São Paulo, Rio e Belo Horizonte. Para o presidente da ABIH-ES (Associação brasileira da indústria de hotéis do Espírito Santo), Vitória também tem a vantagem de possuir hotéis perto dos locais dos eventos”.

---

<sup>1</sup> Disponível em:

<http://www.cachoeirostonefair.com.br/site/2014/pt/destaque/907/resultados+da+cachoeiro+stone+fair+aumentam+otimismo+do+setor>. Acesso em 11 de Set. 2014.

Conforme EMBRATUR o Espírito Santo é um dos estados “mais turísticos deste nosso Brasil”. Porém o estado ainda tem muito pra crescer e atualmente se encontra atrás de grandes nomes do turismo nacional.

Segundo Alfonso Silva, o Convention & Visitors Bureau, tem apresentado ao governo vários estudos de investimento em turismo de negócios e eventos, “Entendemos que somente desta forma criaremos um calendário nacional de eventos e com isso poderemos alimentar a rede de empresários que vivem do turismo e para o turismo”.

Observa-se que na situação a seguir apesar do crescimento o estado ainda fica devendo para outros estados no que tange a questão da infraestrutura, para realização de eventos.

Segundo Milaneze (2013). “A maior falha do estado e na infraestrutura como o aeroporto”

De acordo com Paulo Castello Branco: “Falta investimentos na infraestrutura, temos nela um gargalo imenso. E isto não afeta somente o setor de turismo, mas afeta nossas vidas, afeta tudo. Não soubemos aproveitar o momento, faltou uma visão maior de País”.

Para Milaneze (2013) Muito se diz sobre o Espírito Santo ter grande potencial na área do turismo de negócios, porém a infraestrutura esta deixando a desejar, “O Estado carece de um grande pavilhão de exposições e que seja climatizado para ser palco de iniciativas de maior porte”.

Com a realização das entrevistas vemos que o estado não possui ponto fraco apenas na infraestrutura, conforme resposta abaixo sobre as dificuldades em expor:

(Bauko) Existe a preocupação de adequação do produto ao perfil de cliente que irá visitar seu stand no evento, além da qualidade na prestação de serviços como: comunicação visual, Buffet e organização em geral.

(BMC) As dificuldades se iniciam desde o início da negociação quanto a valores de espaço, montagem de stands, frete entre outros, ainda tem a parte de organização e terceirização de diversos setores como segurança e Buffet.

(Trimak) A preparação da estrutura é a maior dificuldade, pois é difícil encontrar bons profissionais dispostos a oferecer um produto/serviço diferente. Outra dificuldade encontrada dentro do evento são pessoas que vão à feira para adquirirem brindes, degustarem de bebidas e comidas e outros representantes de empresas que não tem stand exposto que vão para oferecerem serviços e produtos e nos possibilitam em dar atenção aos que estão realmente interessados no que a sua empresa está propondo dentro do evento.

O benefício oferecido às empresas e outro ponto a ser discutido, o custo para participar desses eventos dependendo o ramo de atividade e altíssimo, e a divulgação por parte da organização e quase insignificante, quem nos confirma esta afirmativa são alguns de nossos entrevistados abaixo:

(Bauko) Esse é um ponto muito discutido pelas empresas, pois o investimento tem sido muito alto para participarmos das feiras relativas ao nosso segmento. Em função de termos a participação dos concorrentes nestes eventos, na maioria das vezes optamos por participar e assim mantermos nossa imagem dentro do mercado que atuamos.

(BMC) Tudo tem que ser estudado antes de uma participação. Quando é analisado e se optar por ir à feira, a mesma sempre trás grandes benefícios.

Cecília Milanez, afirma “A feira é uma vitrine de materiais e tem cumprido o seu propósito. A cada ano o evento apresenta mais inovação, tecnologia de ponta, lançamentos e oportunidades para fechar bons negócios, com o que há de melhor no mercado”.

## **A IMPORTÂNCIA DE EVENTOS DE NEGÓCIOS**

Segundo Martins (2003 p. 18). “O segmento que mais cresce dentro do turismo é o turismo de negócio” por sua vez e considerado o que mais oferece retorno econômico e social.

Conforme a ABEOC (Associação Brasileira de empresas de eventos), o segmento movimenta a economia local, a partir dos gastos dos visitantes com hotelaria, alimentação, transporte e lazer.

Para a ABEOC, O mercado de eventos é um dos que mais crescem no Espírito Santo, impulsionando o turismo e a economia do Estado, fazendo girar os negócios, produzindo emprego e renda para os capixabas.

Porem segundo o presidente da ABEOC com quase 40 anos de experiência na produção de eventos, iniciada com a realização da primeira Cachoeiro Stone Fair, em 1977, entidade que reúne os profissionais do segmento e busca fomentar a qualificação e promover o crescimento da atividade em terras capixabas.

Conforme ES BRASIL (2013, p 62), a semana de ciência e tecnologia realizada na praça do papa foi em sucesso, obteve resultados excelentes com negócios fechado em longo prazo já que se trata de tecnologia e é necessário adaptar a cada empresa.

Por meio de pesquisas de cunho qualitativo podemos ver que para algumas empresa é importante participar desses eventos:

(Bauko) É sempre importante estarmos presentes em feiras e eventos ligados ao nosso segmento de mercado, principalmente quando temos algum produto novo ou atualizado para divulgar aos nossos clientes.

(BMC) Importante participar, por que em um evento como esse você consegue descobrir novas tendências do mercado, conhecer novos clientes, expor novidades e se integrar do que está acontecendo no mercado.

Segundo o Anuário do IEL (2011, p 202), em 2010 foram realizados 97 eventos de negócios no Espírito Santo que atraiu 31mil de turistas, movimentando a economia do



estado em R\$54 milhões. “embora com resquícios de crise, 2010 foi um bom ano para o turismo de eventos principalmente pela retomada dos investimentos” disse o presidente do Convention Visitors Bureau.

Para Martins e Rogers (2011, p.13), a tendência de eventos impulsiona a economia e o valor de negócios das organizações trazendo benefícios para os executivos e podendo proporcionar melhores resultados.

De acordo com Martins, (2003, p.146) a vantagem de novos grandes eventos e o aumento de visitantes ou de pernoites na cidade, proporcionando benefícios dentre eles o aumento da economia do município.

Para a realização da análise preliminar das ações propostas para o desenvolvimento do Turismo de negócios e eventos no estado foram realizadas pesquisas que mostra o real benefício citado entre os autores neste artigo, como mostramos nas respostas abaixo referentes a expor novamente em eventos empresariais:

(Bauko) Sim. Esta é uma tendência em função de obtermos bons resultados em vendas nos últimos eventos onde participamos.

(Karmaq) Atualmente a empresa não irá mais expor na feira, pois o equipamento que deveria ser colocado no mercado foi colocado em exposição há 03 anos e atualmente a procura por ele está bem disputada e como não temos novidades para expor na feira não se tem a necessidade de irmos neste momento para a feira.

(Trimak) Sim. Este é o nosso segundo ano participando e pretendemos ser assíduos anualmente.

## **REDE HOTELEIRA E RESTAURANTE**

Conforme o site do governo do Estado, Para receber o turista, conta com excelente infraestrutura, com capacidade de hospedagem para 11,4mil pessoas na região metropolitana, esse numero vem crescendo a cada ano.

Para Martins (2003, p.21), o turismo de negócios e o que sustenta a rede hoteleira.

Segundo a revista ES Brasil (2013), A rede hoteleira se modernizou, e atrai investimento hoteleiro internacional, como filiais de grandes redes internacionais devido a um crescimento de 32% no último ano.

Como mostra o Folha Vitória (2013), O turismo de negócio incentiva grandes empreendimentos hoteleiros em 2013 com participação entorno de 26,7 mil turistas participaram de aproximadamente 70 eventos programados para o ano como uma estima de movimentação financeira de R\$ 46,8 milhões.

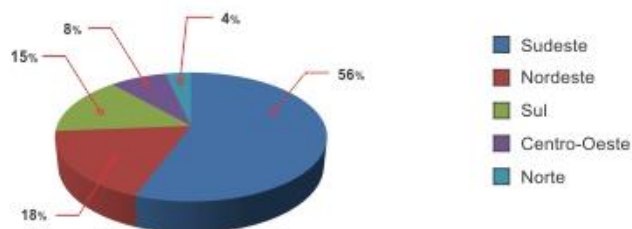
Entende-se que o número de rede hoteleira que tem se instalado no estado, são devido ao grande fluxo de pessoas que tem demonstrando interesse em eventos e feiras realizadas no estado como mostra os dados estatísticos:

“A Cachoeiro Stone Fair 2013 recebeu um público de mais de 25 mil visitantes nacionais de 26 estados brasileiros, superando as expectativas dos promotores, durante os quatro dias de evento, em Cachoeiro de Itapemirim”.



(Figura 01)

#### Visitantes por região



Número de expositores

220

#### Nacionais: 90%

Dos Estados:

Ceará  
Distrito Federal  
Espírito Santo  
Minas Gerais  
Paraná  
Rio de Janeiro  
Rio Grande do Sul  
Santa Catarina  
São Paulo

#### Internacionais: 10%

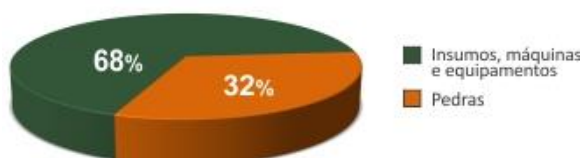
Dos Países:

Argentina  
China  
Espanha  
Estados Unidos  
Indonésia  
Itália



(Figura 03)

Expositores por atividades:



(Figura 04)

Conforme a estatística da Mec Show “A edição 2014 contou com a participação de 17.751 visitantes de 19 Estados brasileiros e de 04 países. (Estados Unidos, Holanda, Itália e Portugal)”.

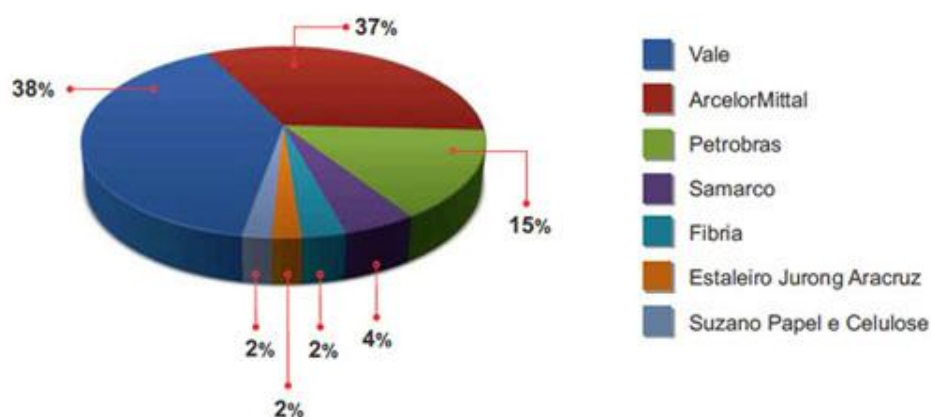
Figura 01, 02, 03 e 04 disponível em:

<http://www.cachoeirostonefair.com.br/site/2014/pt/destaque/907/resultados+da+cachoeiro+stone+fair+aumentam+otimismo+do+setor>. Acesso em 11 setembro de 2014.



(Figura 05)

15% dos visitantes são funcionários das grandes plantas industriais



(Figura 06)

“Com o aumento no setor do turismo de negócios e com a grande demanda de eventos de profissionais que necessita de reciclagem profissional específica em sua profissão a rede hoteleira tem aumentado principalmente a vinda de cadeias hoteleiras internacionais chegando a determinados eventos ficar com uma procura maior que a oferta, fazendo com que oscile muito o valor dos quartos”. Martins, (2003, p.28).

Figura 05 e 06 disponíveis em: <http://www.mecshow.com.br/site/2015/pt/estatisticas>.

Acesso em 17 Out. 2014.

## O MERCADO DE VIAGENS EMPRESARIAIS

Conforme Pelizzer (2013, p. 01), “viajar é a arte de fazer turismo”.

Segundo o ministério do turismo (2013), houve uma grande evolução de preços na comparação entre os eventos realizados em 2012 e as expectativas para 2013, Entre os motivos apontados estão a retomada da economia e a alta exposição do país na mídia internacional, com o conseqüente aumento no número de turistas estrangeiros. Novas oportunidades de investimento e negócios terceirizados são expandidas com os eventos: como agências de viagens e locadoras de veículos.

Para Pelizzer (2013, p. 37), turismo não caracteriza como viagem de férias ou lazer, viagens de negócios e o turismo de eventos são termos de maior abrangência e esta relacionada com congresso, feira, exposições, convenções simpósios, fóruns etc.

Segundo Rogers e Martin (2011, p. 48), as agências de viagens ou operadoras turísticas Procura atender em especial as necessidades de clientes do mundo de negócios, buscando englobar a contratação do espaço para realização do evento, e contribuindo para organização e realização de tal.

Portanto, é possível perceber que o mercado de eventos tem apresentando um aumento econômico para os profissionais do ramo, devido aos grandes eventos que nacionais e internacionais que vem crescendo em nosso estado.

De acordo com Beni (2004, p.52) o setor “em 2001, havia gerado uma renda de, aproximadamente US\$ 37 milhões, e criado 777.624 mil empregos diretos ou terceirizados, e aproximadamente outros três indiretos para cada um destes”.

Para Martins (2003, p.30), nos últimos anos a burocracia foi substituída pela automatização e agilidade, o que faz com que o profissional viaja mais com ajuda de agentes especializados em viagem empresariais, agregando valor e qualidade ao serviço.

## **CONCLUSÃO**

A importância dos eventos de negócios é muito bem definida em um nicho de mercado. Grandes avanços para o setor de turismo de negócios foi realizado no estado, prometendo ter um futuro promissor neste contexto, o potencial é imenso, a competição é muito forte e as recompensas em termos de satisfação pessoal e profissional são incalculáveis.

O estado no que diz respeito a realizações de eventos demonstra necessidades em alguns pontos, porém suas realizadoras de eventos estão sempre em busca de desenvolver o objetivo do cliente e do expositor, deixando a desejar apenas no que diz respeito à divulgação do evento em todo o estado, pois a divulgação parte em sua maioria pelas empresas expositoras.

Com isso vemos que o turismo de negócios no estado se fortalece a cada dia, vivendo sua melhor fase no segmento de eventos, com congressos e feiras que estão sendo realizadas em terras capixabas.

Sugestão: Pesquisar o crescimento na rede hoteleira e o no setor de aluguel de veículos, são áreas que estão em desenvolvimento e que são pouco exploradas pelos autores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Braga, Debora & Murad Jr., Eduardo. **Mercado de viagens corporativas**, In: Braga, D. (org.). *Agências de Viagens e turismo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, ed. 2, 2010.

Canton, Antonia Marisa. **Evento: da proposta ao planejamento**. *Turismo em Análise*. São Paulo: *Turismo em Análise*, v. 8, nº 1, p. 18-30.

Dencker, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9 ed. rev. e ampl. São Paulo: Futura, 2007.

Governo do estado – Secretaria de estado de Desenvolvimento Econômico e Turístico. **Guia para o setor de Turismo**, Espírito Santo – Brasil: 2º Edição. Vitória-ES.

Martins, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2013.

Moles, Abraham. **As Ciências do impreciso**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

Pelizzer, Hilário Ângelo. **Turismo de negócios: qualidade na gestão de viagens empresariais**. 2 ed. Ver. e atual. São Paulo: Senac Rio de Janeiro, 2013.

Revista ES Brasil, edição 100 – Novembro 2013.

BENI, Mário Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2004

Rogers, Tony. **Eventos: planejamento, organização e mercado/ Tony Roges, Vanessa Martins**; Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. (Coleção Eduardo Sanovicz de Turismo).