

CENÁRIOS PARA A INDÚSTRIA HOTELEIRA DA CIDADE DE SÃO PAULO (2000-2009).

Claudia Fonseca Roses

RESUMO

O setor de Turismo no Brasil tem passado por grandes transformações, as quais vêm profissionalizando e dinamizando o setor. Com o envolvimento do governo e entidades privadas nacionais e estrangeiras, a conscientização a respeito do meio ambiente, a criação de normas e a implementação de programas de incentivo ao turismo, este é atualmente o setor mais produtivo da economia brasileira. Neste contexto destaca-se o segmento do turismo de eventos e negócios desenvolvido nas grandes capitais, responsável por alto faturamento do setor. Este trabalho apresenta um estudo a relação direta entre o desenvolvimento deste segmento e o crescimento do setor hoteleiro, um dos pilares sobre os quais se sustenta toda a atividade turística. Para isso foram levantados dados sobre a rede hoteleira da cidade de São Paulo, em 120 estabelecimentos, e sua relação com o turismo de eventos e negócios e, a partir dessas informações, projetar cenários futuros para o segmento hoteleiro na capital paulista para o período de 2000 a 2009.

PALAVRAS CHAVE

turismo no Brasil, turismo de negócios, setor hoteleiro em São Paulo, cenários da indústria hoteleira.

ABSTRACT

Brazilian tourism is going through a phase of great changes, which are giving to the sector the opportunity of a highly conscious professional development. The high commitment of Brazilian government and private companies, both brazilian and foreign; the new awareness about the importance of environment preservation; the establishment of clear rules, and the creation of incentive programs are contributing to turn tourism into the most productive sector

of Brazilian economy. In this context, the business and events tourism, concentrated in the big cities, deserves special attention as a font of major gains for the sector. This work presents a study about the relationship between the development of this kind of tourism and the increasing of hotel's sector, one of the pillars that sustain all the tourism activity. For this were collected data about São Paulo's hotels chain, in 120 hotels, to determine its relationship with the business and events tourism, and use this information to project future sceneries for the hotel's sector in São Paulo city, for the period 2000-2009.

KEY WORDS

brazilian tourism, business tourism, hospitality sector in São Paulo city, hospitality industry sceneries.

INTRODUÇÃO

A indústria do turismo no Brasil ganhou novos rumos a partir de 1999, o que passou a exigir maior profissionalismo das empresas como forma de sobrevivência. Este fato mostra suas repercussões tanto nos serviços de turismo como de hotelaria brasileiros, nos segmentos público, privado e acadêmico, que percebem perspectivas favoráveis ao setor, através de dados históricos, pesquisas e a crescente demanda do mercado pelos seus serviços.

Verificam-se claramente tendências que evidenciam as mudanças e o desenvolvimento do setor de forma estruturada e bem fundamentada, como as diretrizes regulamentadas pela Política Nacional de Turismo; a Embratur, que passou a integrar o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; a implementação de programas turísticos nacionais ambientalmente corretos; a inserção do setor no Programa Brasileiro de Qualidade e Competitividade, e outras atividades que visam à conscientização da população de que o Turismo é um setor altamente produtivo, desde que devidamente planejado, e que o Brasil tem se mostrado com vocação para essa atividade.

A história do turismo no Brasil começa com o seu descobrimento, quando navegadores de várias nacionalidades excursionaram pelas nossas costas. Nessa época, o turismo de negócios foi o primeiro a se estabelecer entre Portugal e Brasil. O crescimento da demanda por hospedagem porém só ocorreu por ocasião da transferência da corte portuguesa para o país. A evolução do setor foi lenta e foi somente em 1968 que o governo brasileiro criou os primeiros instrumentos de regulamentação para o Turismo.

A partir do ano de 1998, o turismo evoluiu para um patamar de profissionalismo, com consciência das experiências e fracassos do passado, com as preocupações advindas da preservação do meio ambiente, e consciente de que este é um setor de comprovado interesse nacional e estrangeiro no que diz respeito aos investimentos. É sabido que o setor se mostra fonte eficaz e limpa de geração de renda, empregos e conseqüente melhoria da qualidade de vida da população brasileira.

As variáveis

Diversas variáveis têm gerado transformações para o turismo e a hotelaria, as quais se fizeram sentir principalmente nos últimos dez anos, mudanças essas que devem se consolidar para o início do milênio.

Segundo Herculano Iglesias, presidente da ABIH Nacional - Associação Brasileira da Indústria Hoteleira -, em entrevista a Paulo Junqueira (1999), é indiscutível a importância do evento para a hotelaria. A sobrevivência dos hotéis, no dia-a-dia e nos períodos de baixa temporada, está no evento. Em São Paulo, o número de leitos disponíveis nos hotéis é grande, e assim mesmo são necessários alguns dias de antecedência para agendar eventos. Para os próximos cinco anos, estarão sendo construídos 28 grandes hotéis na cidade, muitos apropriados a pessoa de negócios e infra-estrutura adequada para eventos, simpósios, convenções e palestras.

Os eventos comerciais são o veículo de apresentação, divulgação e comercialização de produtos e serviços, e atraem uma diversidade de visitantes e expositores. Segundo

Gouvêa (1999), um centro de eventos deve ser entendido de duas maneiras: a primeira como espaço para intercâmbio de tecnologia, informação e cultura ao proporcionar espaço comercial voltado à apresentação de produtos ao mercado; a outra dimensão é a de ser equipamento urbano, capaz de gerar emprego e renda para a comunidade local.

O turismo de negócios, em conjunto com a rede hoteleira instalada na cidade de São Paulo, estão preparados para a recepção de pessoas de negócio e eventos, em suas categorias luxo e superluxo. Essas categorias sustentam a ascensão do setor e contribuem com outros setores da economia, de acordo com as premissas descritas nas variáveis a seguir.

A partir da utilização da técnica de monitoração ambiental, foram identificadas as variáveis que podem interferir na maneira como o setor hoteleiro, em conjunto com o turismo de negócios e eventos da cidade de São Paulo, irão se comportar nos próximos dez anos.

As principais variáveis identificadas no ambiente, e que contribuíram para a conclusão desta pesquisa, foram: a) *a qualidade*, que diz respeito aos padrões de qualidade impostos ao setor de prestação de serviços, principalmente ao setor hoteleiro; b) *o ambiente socioeconômico e cultural*, que trata de aspectos relevantes que interferem na captação de eventos e homens de negócios na cidade de São Paulo; c) *o ambiente político*, que diz respeito à forma como os órgãos responsáveis pelo setor, em conjunto com o governo brasileiro, estão tratando a questão do turismo no país; d) *os investimentos no setor hoteleiro*, que demonstram, por meio de seus números e cifras, as intenções nacionais e estrangeiras de ampliar e desenvolver o turismo de negócios e eventos na cidade de São Paulo; e) *o meio ambiente*, que possui aspectos relevantes no que se refere às condições da cidade de São Paulo para incentivar e manter o desenvolvimento do segmento, devido aos estrangulamentos do meio ambiente; f) *a violência urbana*, que pode desviar as intenções das empresas de dar continuidade ao processo de captação de eventos na cidade de São Paulo; g) *a globalização*, por ser a variável que altera todos os setores da economia naci-

onal, interferindo em seus resultados; h) *as políticas de incentivo governamentais* e as estratégias utilizadas para regularizar e definir os diversos segmentos do turismo, principalmente o turismo de eventos e negócios.

A qualidade

Na era da prestação de serviços, um cliente muito mais exigente e consciente de seus direitos de consumidor impõe a necessidade de criação da diferença competitiva: é imprescindível relacionar qualidade cada vez maior com custos cada vez menores, além de manter a qualidade do fator humano, por meio do treinamento e acesso ao conhecimento.

A criatividade e o conhecimento atualizado são ferramentas poderosas e fundamentais no processo de captação e manutenção de clientes. O setor de serviços, especificamente, vive um momento de grandes alterações; as empresas deste ramo buscam qualidade como fator diferencial, a dúvida porém parece estar em como adequar as ferramentas disponíveis à prestação do serviço. Os modelos de gerenciamento de qualidade mais conhecidos sofrem adaptações para o setor hoteleiro e tendem a elevar a qualidade dos serviços aos níveis internacionais.

O TQC (Total Quality Control) ou GQT - Gerência pela Qualidade Total, programa adotado pelas indústrias, agora são também utilizados pelo setor de serviços, e baseia-se na gestão por processos. O processo, para Castelli (2000, p.80)

(...) consiste numa série de atividades ou tarefas entre si concatenadas, visando à consecução de uma meta, ou seja, de resultados que podem ser bens ou serviços. Pode ser entendido ainda como sendo um conjunto de causas (fatores de qualidade) que provoca um ou mais efeitos (características da qualidade).

O serviço de qualidade é a satisfação direta das necessidades dos clientes e dos indivíduos envolvidos na prestação do serviço. A estes últimos, é fundamental a comunicação dos objetivos do trabalho, que visam à satisfação plena do cliente e contribuem também para o sucesso do mecanismo utilizado nesse processo.

A forma como o conjunto de atividades se transforma em um processo é percebida imediatamente e durante o serviço. Um cliente vai sempre ponderar e se lembrar de algo que o aborreceu, e isso vai fazê-lo voltar ou não, divulgar bem ou mal o serviço recebido.

Outras ferramentas complementam o processo de implantação da qualidade em serviços, tais como ISO 9000, CCQ, PDCA (Planejamento, execução, verificação e ação corretiva), que, por sua vez, se complementam com outras ferramentas estatísticas.

O gerenciamento das rotinas de um hotel envolve um planejamento que possibilita aprimorar atividades, criar novos serviços, corrigir áreas e atividades com problemas, definir processos, realizar pesquisas, padronizar tarefas, definir características de qualidade e, por fim, monitorar resultados. O processo é cíclico e se repete infinitamente, sendo que, a cada ciclo novas ações estão sendo percebidas, e devem ser incorporadas ao processo para a melhoria contínua. Neste sentido, criam-se formas de sinalizar os resultados positivos alcançados por meio de mecanismos auxiliares.

Por outro lado, a capacitação profissional tem sido uma das maiores preocupações, tanto dos estabelecimentos hoteleiros como dos órgãos reguladores do turismo e hotelaria no Brasil. O Programa de Certificação da Qualidade Profissional no Setor de Turismo é um projeto desenvolvido pelo Instituto de Hospitalidade - uma entidade criada em 1998 por instituições governamentais e não-governamentais brasileiras que atuam nas áreas de educação, trabalho, cultura e turismo (Fernandes, 2000), em parceria com o Sebrae, que tem como objetivo a avaliação da capacitação profissional das pessoas ligadas ao setor de turismo e segurança alimentar.

O Conselho Nacional de Certificação da Qualidade Profissional para o Setor do Turismo (CTQ) tem a função de elaborar normas de ocupações, educação e treinamento, desenvolvimento de currículos e outras atividades, através de pesquisas com profissionais de reconhecida qualidade.

Preocupações adjacentes às da qualidade indicam fórmulas para melhorar a imagem do setor quanto às peculiaridades dos serviços – os cuidados com o turismo ecológico, qualidade de vida do idoso, instalações adequadas para deficientes, etc. A diversidade qualitativa dos serviços prestados e o diferencial criativo empregado agregam valor e, conseqüentemente, competitividade ao serviço oferecido.

O programa de capacitação da força de trabalho, executado pela EMBRATUR e pelo Ministério do Trabalho, que tem como foco a melhoria da qualidade de serviços de hotelaria no país, já capacitou aproximadamente 340 mil profissionais do setor turístico até o final de 2000.

As implementações e a modernização do setor hoteleiro no Brasil começaram de forma lenta, após muitos anos de estagnação, e estão focadas, principalmente, no turismo de lazer. Para isso, serão necessários esforços específicos e bem direcionados para que o relacionamento entre prestador de serviço e cliente se viabilize e comece a mostrar resultados mais significativos.

O ambiente socioeconômico e cultural

Nos países industrializados, onde a tecnologia determina a supremacia das empresas e onde a opinião pública, a prática política e os investimentos possuem aspectos significativos e diferenciais em seus diversos contextos nacionais, a cultura, o lazer e as artes, por sua vez, possuem um outro significado que devem ser relevados na análise dos cenários futuros.

Na América Latina, a história parece ter-se movimentado de forma desarticulada dos demais continentes até o início da década de 1990. Com o fenômeno da globalização, muitos dos aspectos sociais e econômicos se alteraram e avançam de forma mais acelerada. A internacionalização dos meios de comunicação de massa, o advento da Internet, a abertura das fronteiras nacionais, as facilidades legais patrocinadas por governos mais amadurecidos, os avanços tecnológicos acessíveis e a adequação das classes sociais, do comércio e da indústria a todo esse processo deveriam possibilitar a produção e multiplicação da informação.

Os meios de conquista de novas tecnologias não estão tão distantes do Brasil, ao contrário do que se pensava na década de 1980. Isso se vê através dos mecanismos de incentivos governamentais, da instalação de empresas transnacionais que trazem sua tecnologia e sua informação. Esse intercâmbio entre governo e a iniciativa privada é de fundamental importância para o desenvolvimento da indústria do turismo no Brasil. No entanto, a tecnologia não está disponível no que diz respeito à aquisição do conhecimento, pois parece que as empresas estrangeiras não vêm facilitando o intercâmbio dessa tecnologia no país.

No que se refere ao turismo de eventos e negócios na cidade de São Paulo, a atratividade está ligada à ampla variedade de atrações culturais, históricas e gastronômicas. Se bem divulgado, o turismo pode captar uma demanda que une negócios e lazer, com conseqüente aumento no número de pernoites hoteleiro.

Ao avaliar como acontece a transformação da cultura contemporânea ao reservar um espaço privilegiado ao prazer e ao lazer, depara-se com a pobreza das classes sociais desfavorecidas que não têm acesso a todo esse movimento.

O grande paradoxo está na existência de riqueza natural e recursos abundantes, em vasta extensão territorial, para uma sociedade que parece, em um primeiro momento, ser receptiva à hospitalidade e de adaptabilidade reconhecida, enquanto numa outra perspectiva, esta mesma sociedade apresenta tamanha miséria e diferenças econômica e social.

Apesar deste acesso limitado dos cidadãos de classe baixa à diversidade de atrações sugeridas por este momento de mudanças, a informação também entra, de forma selecionada, neste nível social. O desenvolvimento do turismo aqui é apresentado como uma alternativa viável que pode promover a superação dessas deficiências. Para Trigo (1993: 55), "*... esses problemas não surgiram com a tecnologia, eram anteriores a ela. A questão é que, em determinado momento intelectual, pensou-se que a ciência resolveria todos os problemas...*"; está provado que não resolve, mas interfere defi-

nitivamente. Resta saber como se dá esta interferência em todos os diversos contextos culturais e sociais.

Ainda segundo Trigo (1993: 62),

(...) neste final de século, não se pode menosprezar a importância do fenômeno turístico e sua influência econômica, política e cultural. Em vários países, o turismo deixou de ser uma atividade periférica para se tornar agente de destaque na vida cotidiana. O turismo é uma atividade sofisticada que movimentava bilhões de dólares por ano e atinge centenas de milhões de pessoas. Inúmeros locais transformaram-se em complexos turísticos pelas mais variadas razões.

Para o Brasil, um país que recentemente descobriu as múltiplas possibilidades do turismo como atividade econômica, é imprescindível potencializar relações com os países que dispõem de capital e recursos para investimentos aqui. A responsabilidade local deve concentrar-se, então, na educação e formação do povo, não só para que os serviços sejam de melhor qualidade, mas também para que todos possam ter acesso a instrumentos que facilitem a entrada de capital, tecnologia e postos de trabalho.

Conforme estudos realizados pela Embratur em parceria com o São Paulo Convention & Visitors Bureau - SPC&VB, o setor de eventos no Estado de São Paulo, no que diz respeito à geração de empregos e melhoria da qualidade de vida do cidadão, contribuiu para o número de postos diretos na proporção de 138,2 mil empregos, aproximadamente. Este dado é uma estimativa baseada no efeito multiplicador de emprego da FIPE, que é de 5,5, ou seja, para cada emprego efetivo gerado pelo setor estima-se um acréscimo de 5,5 para a geração de empregos indiretos. A Tabela 01, referente à pesquisa realizada pela Consultoria Turística Integrada - CTI, juntamente com o SPC&VB e o SEBRAE, mostra o total de empregos gerados pelos diversos segmentos do setor na cidade de São Paulo e confirma sua distribuição.

Tabela 01: Total de empregos gerados pelo setor

Segmento	Nº de emp
Hotéis	17.98
Flats	11.06
Centros de convenções	1.64
Espaços empresariais	736
Espaços para feiras	21.29
Empregos gerados em eventos que ocorrem fora destes espaços	26.60
Total	79.33

Fonte: Consultoria Turística Integrada - 2001.

Analisando os números, verifica-se que 36,6% do total dos empregos são gerados nos hotéis, o que pode ser explicado pelo fato de que toda a estrutura hoteleira também está envolvida, uma vez que as pessoas de negócios, além de estarem em São Paulo em função de um evento, pernoitam e utilizam os serviços do hotel.

No final do dossiê da SPC&VB, os impactos diretos e indiretos do total de empregos gerados estão estimados em 515.645, dos quais 436.315 são indiretos e 79.330, diretos, como mostra a Tabela 01. Da geração de cerca de um milhão de empregos no Brasil em 1998 (EMBRATUR:1998), entre diretos e indiretos, o turismo de eventos e negócios da cidade de São Paulo é responsável por 51,56%, aproximadamente.

A demanda turística, quer seja de lazer ou de negócios e eventos, é responsável pelo desenvolvimento econômico e social na ordem de 7% a 8% do PIB brasileiro, conforme estudos de Gouvea (1999). Este desenvolvimento econômico se dá pelo aumento do ativo circulante no local, proporcionado pela

presença de um centro de eventos ao atrair pessoas que injetam dinheiro na economia do lugar em que está instalado, gerando um aumento da renda per capita.

Para se ter uma idéia da contribuição econômica de um centro de convenções para uma cidade, explica ainda Gouveia (1999), basta comparar o gasto de um turista de lazer e o do turista de negócios. Enquanto o de lazer gasta, em média, US\$ 45.00 por dia, o de negócios (ou de eventos) gasta US\$ 150.00, ou seja, um turista de negócios equivale a pelo menos três de lazer, em termos de dispêndio médio individual diário. O turismo de eventos movimentou, em 1998, cerca de 190 mil turistas estrangeiros, comparados com os 40 mil de 1990.

O gasto médio per capita/dia em dólares, na cidade, é de US\$ 113.50, gerando uma renda média anual de US\$ 51.350,87. Isto pode significar que o turista que vai a São Paulo a negócios ou eventos tem maior renda e gasta mais, o que pode ser explicado pelo fato de que as viagens de negócios geralmente são pagas pelas empresas, sobrando ao turista dinheiro para gastar em compras ou programas extras, por exemplo.

Com o crescimento do número de eventos e feiras, visitantes e investimentos voltados ao segmento de negócios, o setor sinaliza o seu desenvolvimento e a sua contribuição para a economia da cidade de São Paulo e do país.

Atualmente, se somados os equipamentos disponíveis para a realização de eventos, mais a capacidade instalada para hospedagem de pessoas de negócios, a cidade de São Paulo movimenta os seguintes números apresentados a seguir, pela Tabela 02.

Tabela 02: Resumo de informações econômicas do setor de eventos da cidade de São Paulo

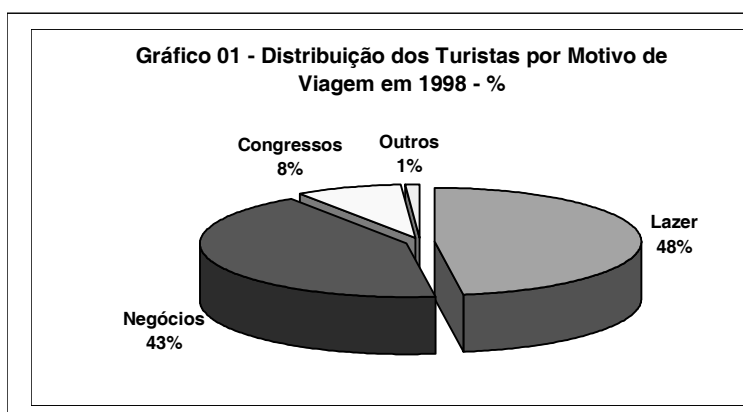
<i>Descrição</i>	<i>Informações</i>
Entrada de turistas no Brasil para eventos em 1998	192.72:
Turistas estrangeiros que visitam São Paulo para negócios e congressos	51,1%

Turistas que visitaram São Paulo para negócios e eventos em 1999	46,2%
Gasto médio per capita/dia	US\$ 113,90
Renda média anual individual	US\$ 51.350,87
Número de espaços de eventos em São Paulo	218
Número de assentos disponíveis para eventos em SP	209.658
Demanda de eventos	
➤ Hotéis e flats	88,81%
➤ Centros de convenções	4,11%
➤ Espaços empresariais	3,16%
➤ Outros	4,23%
Média de duração dos eventos	3 a 4 dias
Sazonalidade	
➤ Maior demanda	Agosto a novembro
➤ Média demanda	Março a julho
➤ Menor demanda	Dezembro e fevereiro
Participação dos congressistas nos permôtas	31,1%
Número de permôtas gerados pelos congressistas	1.910.500
Número de hóspedes	504.000
Número anual de eventos que ocorrem em SP	73.566
Turistas participantes de eventos em SP	4.231.808
Moradores de SP participantes de eventos	10.800.000
Impostos gerados	
➤ ISS sobre locação de espaços	R\$ 55.540.000,00
➤ ISS sobre gastos dos participantes	R\$ 11.800.000,00
➤ ICMS sobre gastos de turistas	R\$ 74.400.000,00
➤ ICMS sobre gastos dos locais participantes de eventos	R\$ 86.800.000,00
Faturamento anual do setor	
➤ Locação de espaços para congressos, convenções, exposições, feiras e outros	R\$ 739.474.000,00
➤ Gastos dos turistas de eventos	R\$ 1.220.000.000,00
➤ Gastos dos participantes locais de eventos	R\$ 604.300.000,00
➤ Gastos dos participantes nos eventos fora dos espaços	R\$ 2.400.000,00
➤ Total do faturamento anual do setor	R\$ 2.966.174.000,00

Fonte: Pesquisa EMBRATUR e SPC&VB

Ainda segundo a pesquisa do SPC&VB, o mercado de eventos do Estado de São Paulo possui características diferenciadas do resto do país. As cidades que mais captam negócios e eventos são Brasília, Porto Alegre e São Paulo. A evolução dos motivos pelos quais os turistas visitam São Paulo aparece no Gráfico 01, que mostra que o número de pessoas que viajam a negócios é superior ao daquelas que viajam por lazer.

Neste sentido, os órgãos reguladores do turismo de eventos têm se empenhado em aumentar a demanda dos turistas de eventos e negócios, em conjunto com técnicas de retenção destas pessoas para o turismo de lazer, intensificando o volume de vendas nos hotéis.



Fonte: Dados da EMBRATUR - 1998

Apesar do setor ter registrado uma queda de 12% na taxa de ocupação dos hotéis em São Paulo em 1999, e das seqüelas econômicas provocadas pela desvalorização do real no início do ano de 1999, o setor ainda assim demonstra crescimento. Crescimento este que pode ser atribuído a vários fatores como: o incentivo ao turismo de negócios promovido pelos seus organismos reguladores; a continuidade da política governamental do segundo mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso; a política de diárias reduzidas, praticada pelos hotéis; a focalização das estruturas na hospedagem das pessoas em negócio. A meta da Embratur, até 2003, é aumentar o fluxo de turistas estrangeiros e nacionais, em todo o Brasil, e gerar 500 mil novos empregos.

O Ambiente político

Os organismos envolvidos com a política de incentivo e crescimento do Turismo atualmente são o SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos, ABRACCEF - Associação

ção Brasileira dos Centros de Convenções e Feiras, UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras, ABAV - Associação Brasileira das Agências de Viagens, ABIH - Associação Brasileira da Indústria dos Hotéis, dentre outros.

Entre os organismos internacionais envolvidos estão *World Travel & Tourism Council - WTTC*, *The International Meetings Association - ICCA* e a Organização Mundial de Turismo - OMT.

O contexto político em que o turismo brasileiro está inserido favorece a criação de mecanismos de incentivo aos investimentos turísticos, através de regulamentação, subsídios, créditos, assessoria técnica, taxas preferenciais, facilidades especiais, ajuda aos custos operacionais, incentivos fiscais, divulgação, parcerias, etc.

Desde o início do governo Fernando Henrique Cardoso, em 1995, e do lançamento da Política Nacional de Turismo, as atividades do setor passaram a ter prioridade estratégica, pois são fatores geradores de empregos e renda para o país. Segundo dados da pesquisa do SPC&VB (2000), “as estruturas hoteleiras de São Paulo realizam mais reuniões (91,1%), treinamentos (88,9%), e convenções (86,7%), o que está de acordo com as características dos espaços que oferecem salas pequenas e médias, moduláveis, e salões e com o perfil de sua demanda, formada basicamente por empresas”. Estes dados indicam que o turismo de eventos está ligado ao turismo de incentivo.

O desenvolvimento profissional, tanto individual como em grupo, exige treinamento, preparo e desempenho. Para isso, as empresas têm investido em seu capital humano, no que se chama de política de incentivos, que se traduz em reconhecimento, valorização e premiação dos profissionais como fator de motivação humana.

Segundo Elisete Hoeller, citada por Ansarah (1999:58), “viagens de incentivo” seriam

“(...) aquelas que uma empresa oferece a empregados, vendedores, clientes ou outra pessoa com quem tenha relações, gratuitamente, sob condições

estabelecidas antecipadamente; são parte de um programa de promoção de vendas ou de relações públicas da empresa.”

Esta definição é complementada por (Ansarah, 1999: 58-59) ao afirmar que “do ponto de vista da empresa, é um instrumento de vendas, de atividades econômicas; do ponto de vista do participante, é uma viagem de caráter turístico.”

Caio Luiz de Carvalho, presidente da Embratur, em entrevista concedida à Revista dos Eventos (2000), discute a forma como a entidade vende o turismo de eventos, explicando que “ela (a Embratur) não precisa dar dinheiro para evento. Tem que ter dinheiro para vender a imagem e o destino do Brasil, interna e externamente”. O planejamento dessa atividade, continua Carvalho, deve ser consistente, a partir da macroestratégia do governo:

a) infra-estrutura básica nas regiões turísticas (criação de cenários que incentivem os investimentos privados, melhorando a qualidade de vida do cidadão local); b) descentralização da gestão do turismo nos 1.680 municípios brasileiros, conscientizando a comunidade local para a prestação de serviço de qualidade; c) modernização da legislação, para atrair investimentos para o Brasil; d) marketing e promoção, com prioridade para o turismo interno.

Um dos instrumentos da política de eventos promovida pela Embratur é o incentivo aos *convention bureaux*, com captação de eventos realizados com apoio formal. Outros pontos que se destacam na política oficial para o setor são a segmentação de marketing através da terceirização; o incentivo à atuação da iniciativa privada enquanto verdadeira executora do turismo, vinculando seus esforços às vantagens efetivas proporcionadas pela recente regulamentação; os investimentos em parceria com a iniciativa privada para a construção de novos hotéis, com locais específicos para eventos; a conscientização dos hotéis para criar estrutura apropriada para a recepção de homens de negócio, com UHs (Unidades Habitacionais ou leitos) adequadas e preços de diária ajusta-

dos a este segmento; os períodos de baixa temporada explorados como fator diferencial, com criação de calendários que incentivam o programa de eventos; a política de tarifas aéreas mais baratas, em andamento, etc.

Na cidade de São Paulo, algumas parcerias têm sido realizadas para melhorar as condições do turismo. Um exemplo disso foi a assinatura de um convênio entre a Embratur, o Sebrae, o Páteo do Colégio e a Secretaria de Turismo com o objetivo de *“ampliar a demanda turística de negócios e eventos em 6,5%, aumentando a permanência e continuidade dos visitantes.”* (O Estado de São Paulo, 9/11/1999).

Por outro lado, os megaprojetos do Nordeste, estudados por Cruz (1999:271), chamam a atenção para uma política que promove um isolamento dos locais turísticos, justificada pela *“geração de empregos como fator de solução de problemas econômicos.”* Esta posição faz com que se enfatizem demasiadamente o turismo, sendo que outros aspectos econômicos e sociais sejam esquecidos.

O turismo de negócios aumentou 80% de 1995 a 1998 na cidade de São Paulo, de acordo com a pesquisa do SPC&VB. O setor hoteleiro também aumentou na mesma proporção em sua taxa de ocupação e receitas, sendo que os superávits estão sendo aplicados no aumento das estruturas, principalmente nos hotéis de 4 e 5 estrelas. Verifica-se a preocupação dos administradores da rede hoteleira em impulsionar o turismo de eventos e negócios, paralelamente aos esforços governamentais de regulamentação.

Os investimentos do setor hoteleiro

Com o crescimento acelerado dos centros comerciais, existe uma grande demanda por infra-estrutura cada vez mais específica para atender às exigências dos milhares de empresários e executivos que passam diariamente pela cidade de São Paulo.

As redes hoteleiras internacionais estão investindo na construção de novas unidades voltadas para a classe executi-

va. Enquanto as projeções estimam um crescimento de 6,5% para o turismo em geral, as feiras de negócios devem crescer 36%, segundo Seidl (1999), que coloca São Paulo como a capital do turismo empresarial do Mercosul.

O segmento cresce 12% ao ano e este crescimento se explica pelo crédito de empresas e organizações internacionais no mercado nacional e pela segmentação das feiras, focadas em determinados produtos e tecnologias com públicos específicos (Seidl, 1999).

Em uma entrevista à Revista Dinheiro, Caio Luiz de Carvalho (1999), presidente da Embratur, diz que *“não há crise, a boa saúde do setor será garantida pelas grandes redes internacionais que estão entrando no país para investir em hotéis três estrelas com diárias entre R\$ 40,00 e R\$ 70,00”*. Um exemplo que comprova as palavras de Carvalho está na pretensão de investimento da rede francesa Accor que chega a R\$ 633 milhões, em hotéis econômicos voltados para a classe econômica executiva. O mesmo artigo cita o lançamento da Bolsa de Negócios pela Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo, que vai orientar os interessados em desenvolver projetos turísticos e divulgá-los aos investidores e às agências de financiamento, entre elas estão o BNDES, Banco do Brasil, Banco Real e Nossa Caixa, esta última assumindo o papel de banco de fomento ao turismo no Estado de São Paulo. O projeto conta com o apoio da Secretaria do Estado da Fazenda, com um fundo inicial de R\$ 900 milhões, cujo objetivo é viabilizar pequenos e médios projetos no Estado, com taxas de juros e encargos entre 1,5% e 2,5% ao mês.

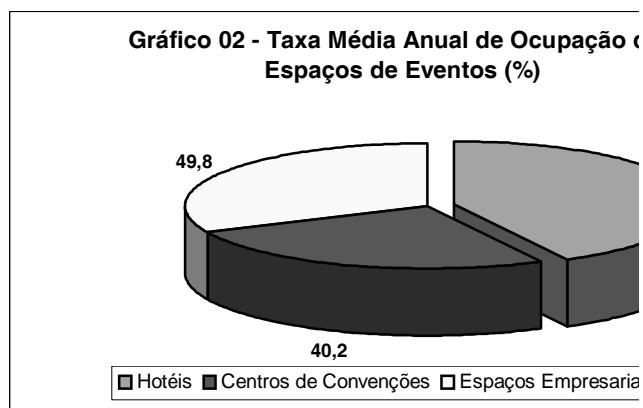
Segundo José Ernesto Marino Neto, presidente da BSH Consultoria Hoteleira e um dos consultores mais conhecidos no país (Revista dos Eventos, 1999), *“de acordo com nossos estudos, 40% dos quartos ocupados nos hotéis em São Paulo estão relacionados a eventos, no hotel ou fora. O mercado de eventos e feiras deve continuar sendo liderado pela cidade de São Paulo”* ao contrário da história de descentralização ocorrida nos Estados Unidos, quando alguns centros urbanos perderam a liderança dos eventos para cidades menores.

A Tabela 03 mostra a distribuição de novos espaços de eventos em São Paulo.

Tabela 02: Projetos para criação de novos espaços de Eventos em SP.

Fonte: Revista dos Eventos - Pesquisa SPC&VB

Segundo a pesquisa do SPC&VB, a capacidade da oferta dos espaços de eventos da cidade de São Paulo, dentro das estruturas de hotéis e flats, é de 72.712 assentos, e nos centros de convenções, de 20.232 assentos. A taxa de ocupação desses assentos está descrita no Gráfico 02.



Fonte: Pesquisa CTI - SPC&VB

ANO	Novas Estruturas
2000	30
2001	20
2002	5
2003	7

Os equipamentos

Equipamentos hoteleiros trata da designação do equipamento disponível nos hotéis para atender às exigências do

evento, de maneira satisfatória e com qualidade. Exemplo disso são o mobiliário, ar condicionado, telefone, fax, xerox, depósito para materiais, vídeo, TV, microfone, flip chart, telão, projetor de slides, quadro magnético, cabine de tradução simultânea, datashow, computador e outros equipamentos que fazem parte da própria estrutura de lazer do hotel, como piscina, sauna e sala de ginástica.

Os serviços de manutenção dos equipamentos podem ser do próprio estabelecimento ou terceirizados, uma vez que precisam estar sempre atualizados e em bom funcionamento, para evitar imprevistos indesejados durante o evento. Os equipamentos devem ser, de preferência, de última geração, fazendo com que os hotéis, em sua maioria, prefiram a terceirização destes serviços, mantendo um posto de atendimento da empresa terceirizada no próprio local, conforme informações da pesquisa SPC&VB (2000).

Ainda de acordo com esta pesquisa, os equipamentos da cidade de São Paulo apresentam números satisfatórios, uma vez que 78,90% dos hotéis possuem mobiliário próprio. Por mobiliário entendem-se as cadeiras e mesas usadas no evento, que, em alguns casos, necessitam ser locadas.

A disponibilidade dos equipamentos, próprios ou terceirizados, tem papel fundamental na escolha do estabelecimento hoteleiro para a realização dos eventos. O investimento neste segmento é importante, pois tem reflexo sobre o investimento global do turismo. Os custos de manutenção e atualização destes equipamentos ficam a cargo do hotel ou da empresa terceirizada, de acordo com a estratégia adotada pelo estabelecimento, porém também têm reflexos sobre o valor cobrado da empresa que promove o evento, utilizando a estrutura do hotel.

O meio ambiente

Podemos dizer que o turismo, de uma forma geral, com sua exploração no que se refere à natureza e aos recursos naturais existentes em um determinado local, condiciona a população. Segundo Mendonça (1999:21), *“a paisagem se deteriora*

com o exercício da atividade turística das mais diversas formas, evidentes ou não. A transformação dos espaços naturais para implantação de edificações é uma delas”.

Em relação ao saneamento básico, a infra-estrutura da cidade de São Paulo, em muitos pontos, encontra-se saturada em virtude da impermeabilização do solo, ocasionando as enchentes no período das grandes chuvas de verão. Além do aumento do nível dos rios que cortam a cidade, as enchentes são provocadas pelo fato de que *“a cidade não pára de crescer e a impermeabilização, que impede o escoamento das águas pluviais, cresce concomitantemente”* (Rossi, 2000), numa demanda desmesurada à rede de esgotos.

Estes fatores interferem, mesmo que indiretamente, no desenvolvimento do turismo de eventos e negócios da cidade de São Paulo, à medida que a localização dos hotéis, em relação aos centros de eventos e convenções, pode criar problemas de acesso e transporte.

Por sua vez, as épocas de estiagem acarretam o efeito contrário. A escassez de água em diversos pontos do Brasil, inclusive na cidade de São Paulo, torna a situação bastante crítica, uma vez que, o racionamento da água pode prejudicar a qualidade dos serviços prestados nos hotéis.

A questão da poluição, mesmo sendo um fator intrínseco, também precisa ser avaliada como um aspecto importante quando afeta a decisão da empresa organizadora de eventos, quanto à qualidade do local a ser escolhido. Este pode ser um dos fatores que interferem no turismo de eventos e negócios, quando a decisão envolve qualidade do ar, beleza do local e o estresse causado pela poluição visual e sonora. A fuga de eventos para o interior paulista se dá também por este aspecto, além da questão da violência urbana.

O mecanismo de controle da poluição e tráfego utilizados pela Prefeitura de São Paulo pode ser considerado um problema para os turistas de negócios que chegam à cidade utilizando seus próprios meios de transportes, ou seja, seus próprios veículos. O planejamento de tráfego exige que, com

exceção dos períodos de férias escolares, os veículos transitam nos dias da semana de acordo com o dígito final das placas. É o chamado “rodízio” que, quando não obedecido pode acarretar sanções ou multas. Esta medida foi decidida em função da poluição paulistana e dos grandes congestionamentos no tráfego das marginais e vias de acesso aos principais pólos industriais e comerciais.

Este aspecto no entanto afeta o turismo de eventos também pela dificuldade e transtornos para os turistas que vêm à cidade de São Paulo, tanto para eventos do tipo convenções e feiras, como para as pessoas de negócio e turistas que vêm para reuniões, seminários e cursos, permanecendo na cidade por mais de um dia e dependendo de seus veículos para se locomover.

A violência urbana

A violência urbana é um fator preocupante para as empresas, os cidadãos e os governos municipais e estaduais de muitas cidades brasileiras. Os governos municipais das grandes cidades vem tentando resolver este tipo de problema, principalmente quando despendem parcela considerável de seus orçamentos para reduzir a violência e aumentar a segurança pública. A cidade de São Paulo, especialmente, apresenta uma tendência crescente de se tornar cada vez mais vulnerável a conflitos e crises sociais pelas condições sociais heterogêneas e, portanto, desfavoráveis sob o ponto de vista da moradia e dos negócios. Associada à sua grande extensão demográfica e à sua diversidade social, a diferenciação marcante entre as zonas nobres e a periferia torna a ação da polícia ainda mais preocupante e criticada pela mídia e pela população. O problema parece estar localizado na forma única de tratamento do problema, utilizado pelas autoridades policiais. Um aspecto relevante, que torna o problema ainda mais crítico, é a forma como a criminalidade é divulgada e a repercussão que essa disparidade social tem para os moradores da cidade e para os visitantes.

Em pesquisa realizada pelo Instituto Fernand Braudel de Economia, Silva e Netto (1999), afirmam que, a partir de dados e informações extraídos de 415.991 registros policiais do ano de 1998, *“a cidade de São Paulo não pode ser considerada uma cidade comum”*, existindo diferentes características em suas diversas áreas demográficas. De acordo com a pesquisa, *“é nas áreas menos nobres da periferia que a carência generalizada soma violência ao cotidiano de seus habitantes indefesos”*. As áreas de classe média alta da cidade estão entre as regiões de baixíssima incidência de violência. Estes dados nos fornecem uma possível interpretação para o fato de que os governos devem focar suas ações nas áreas mais afetadas pela pobreza e pela falta de infra-estrutura básica de moradia. Os aspectos sociais envolvidos são problemas de longa data e que nosso país ainda não conseguiu solução definitiva. Este é um ponto fraco que pode afetar os investimentos hoteleiros na cidade de São Paulo.

Os locais onde as grandes redes hoteleiras irão investir na construção de novos hotéis, tais como Tatuapé, Nova Faria Lima, Jardins, Higienópolis, Moema, Iguatemi e Jardim Europa, (Revista dos Eventos, 2000, n. 9), não fazem parte dos distritos considerados críticos, quanto à violência urbana.

Nesse sentido, as pesquisas de Silva e Netto (1999) vão mais além, quando divulgam suas conclusões como contribuições estratégicas a serem estudadas e utilizadas pelas polícias militar e civil: a melhor distribuição do movimento policial em distritos que demonstram maior índice de criminalidade concentrada; o ajuste de recursos e estratégias operacionais entre a polícia civil e a polícia militar; a criação e o treinamento de equipes especializadas de investigação; a melhor distribuição dos recursos humanos e dos materiais compatíveis disponíveis; o compartilhamento de informações entre os distritos policiais civis e militares; a conseqüente necessidade de informatização, com a criação de um banco de dados compartilhado, com informações criminais; a avaliação de desempenho do pessoal da polícia; e treinamento intensivo.

É assim que a violência urbana precisa ser analisada, bem como a interferência negativa que tem sobre o desenvolvimento do turismo de eventos e negócios na cidade de São Paulo.

A globalização

Dentre as muitas idéias divulgadas para o termo globalização, Lacerda (1999: 27 e 143) acrescenta uma que envolve quatro pontos de vista:

a) comercial, quando a globalização refere-se à expansão dos fluxos de comércio, acirrando a competitividade como fator prioritário; b) financeiro, na desregulamentação financeira dos países, na liberalização cambial; c) produtivo, no incremento dos fluxos de investimentos estrangeiros diretos no processo de reestruturação empresarial; d) tecnológico, na interligação da economia mundial em grandes redes.

Almeida *et ali* (1998:3) complementam este raciocínio afirmando que

(...) a globalização não deve ser considerada como um fato isolado independente de raízes históricas, mas sim como fruto de um processo que tem, em suas origens, elementos históricos, políticos e sociais. A amplitude global do comércio e das transações financeiras, nas quais a informática é utilizada intensamente, representa os aspectos mais visíveis do atual estágio da globalização.

Nota-se que os efeitos da globalização interferem em todas as áreas da economia de um país, e a forma como se dá essa interferência é fundamental para decifrar as suas consequências. Esta interferência é destacada por Mendonça de Barros & Goldenstein (citados por Lacerda, 1999:135), quando dizem que *“a economia brasileira passa simultaneamente por quatro processos que interagem entre si: globalização, abertura da economia, estabilização e privatização”*. Por essa afirmação, percebe-se que o Brasil está na fase de abertura da economia, com situações de crescente participação de investimento estrangeiro direto, em paralelo aos processos de privatização vistos como estratégia para se chegar à estabilização.

Ainda segundo Lacerda (1999: 144-145), o Brasil possui aspectos peculiares no que diz respeito à globalização:

A política de estabilização econômica ocorreu juntamente com o processo de transformação da economia mundial, ocasionando a relativa melhora na distribuição de renda e forçando a necessidade de ajustes devido à desestruturação da oferta, ou seja, o país esteve com o crescimento econômico subordinado às tentativas de estabilização e aos ajustes às transformações internacionais.

Assim, o turismo no Brasil também sofre as consequências desta transformação, quando se torna necessário dar atenção ao aumento da concorrência internacional no setor de serviços, ao aumento do fluxo de investimentos estrangeiros diretos, à necessidade de adequação das técnicas gerenciais e administrativas e à necessidade de formação de profissionais especializados e, ao mesmo tempo, generalistas, para as diversas áreas de atuação do setor de prestação de serviços.

Almeida (1998:7) apresenta um quadro favorável para o país decorrente da globalização, porém que exigirá um longo processo de adaptação. Para o autor,

O Brasil também está em uma fase decisiva de transição para uma economia estável, competitiva, mais aberta e integrada à economia regional e mundial; sua participação no comércio internacional de bens e serviços e no acesso aos fluxos de investimentos produtivos e tecnologia ainda tem vastos espaços para ampliar-se, tendo-se também, nessa área, muitos desafios.

As políticas de incentivo governamentais

As políticas de incentivo praticadas pelo governo e pelos órgãos responsáveis pelo turismo no Brasil estão sendo repassadas ao setor na medida em que vão sendo planejadas. O Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT é uma das medidas de incentivo, orientado pela OMT – Organização Mundial do Turismo e coordenado pela Embratur e pelo MICT – Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, em parceria com o SEBRAE, SENAC, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e a Associação Brasileira de Municípios com Potencial Turístico.

Este programa consiste na descentralização de atividades, estimulando as cidades pequenas a profissionalizar a recepção de turistas, com o envolvimento dos governos estaduais. A Caixa Econômica Federal é responsável pelo financiamento do PNMT e ao MICT cabe promover a articulação e o intercâmbio técnico-científico entre instituições governamentais e não-governamentais, para a disseminação e transferência de tecnologias apropriadas ao desenvolvimento do setor, bem como a operacionalização do programa.

No que se refere aos programas de profissionalização para os serviços turísticos e hoteleiros, o Conselho Nacional de Certificação da Qualidade Profissional para o Setor do Turismo - CTQ está elaborando normas de ocupações, educação e treinamento, desenvolvimento de currículos e outras atividades, através de pesquisas com profissionais do setor. A Embratur e o Ministério do Trabalho estão implementando, em conjunto, os programas de capacitação da força de trabalho, que têm como objetivo a melhoria da qualidade dos serviços de hotelaria no país.

Paralelamente a esses esforços, o governo, juntamente com a iniciativa privada, tem aumentado os investimentos no setor hoteleiro da cidade de São Paulo, com foco nos negócios e no turismo de eventos. Esses fatores interferem no desenvolvimento deste segmento quando determinam as perspectivas futuras do setor quanto às formas de administração dos hotéis, os preços praticados no mercado, a divulgação e a captação de eventos, a qualidade e o profissionalismo do serviço prestado e a seriedade com que o segmento é tratado pelas autoridades.

Cenários

Os cenários apresentados para o turismo de eventos e negócios da cidade de São Paulo para o período de 2000 a 2009, têm o desenho realizado por meio da metodologia de estudos do futuro e o estudo de campo exploratório. Com isso estão sendo apresentados três cenários: *o cenário mais provável*, em que as projeções têm maior probabilidade de acontecer, no qual São

Paulo continuará como sempre foi, com as mesmas perspectivas de crescimento; o *cenário pessimista*, que possui pequenas chances de se concretizar, indicando que a cidade de São Paulo se deteriora para o setor, com condições desfavoráveis e grandes ameaças; e o *cenário otimista*, com margem de probabilidade também pequena de ocorrer, mas indica que São Paulo pode tornar-se o grande pólo preferencial das empresas, apresentando, portanto, o melhor conjunto de fatores favoráveis para um planejamento estratégico de grandes proporções.

Cenário mais provável: “São Paulo sempre São Paulo”

No cenário mais provável, a criação de novos espaços para a realização dos eventos e o aumento da demanda pelos leitos nos hotéis da cidade vai ocorrer em virtude do número de redes hoteleiras estrangeiras com interesse real em investir no turismo de eventos e na hotelaria executiva na cidade de São Paulo.

Com a urgência e exigências decorrentes da globalização, os hotéis e as empresas organizadoras de eventos deverão dedicar-se intensamente à melhoria da qualidade de seus serviços. Os próprios estabelecimentos irão procurar pelos programas de profissionalização disponibilizados pela Embratur, aumentando com isso a exigência dos administradores para com o desempenho dos funcionários do setor. Os próprios estabelecimentos irão investir em qualificação de seus recursos humanos, para promover a diversidade e a diferenciação dos serviços, baseados também nas experiências hoteleiras de seus países de origem, no caso de hotéis estrangeiros. Esses esforços farão frente à acirrada concorrência no setor apresentará, além do que a competitividade será fator de equilíbrio entre preços e serviços da hotelaria.

A cidade de São Paulo continuará sendo o grande centro concentrador de negócios e eventos do Brasil e na América do Sul. A entrada de turistas estrangeiros aumentará por conta dos esforços governamentais para a divulgação do país no exterior, aumentando também a entrada das empresas transnacionais com investimentos no país, fazendo crescer o

número de turistas estrangeiros que vêm a negócios para a cidade. Aumentará também a demanda pelos estabelecimentos hoteleiros.

As redes hoteleiras que estão investindo em hotéis com estrutura voltada para a hospedagem de pessoas de negócios irão diminuir a diária em função das restrições dos serviços de luxo, geralmente não utilizados por este tipo de hóspede.

A taxa de crescimento do setor na cidade de São Paulo irá se manter em 12% ao ano e a projeção do faturamento anual médio é apresentada na Tabela 05. Haverá alterações nos períodos de ocupação anual dos hotéis decorrentes da dinâmica dos negócios, ocorrendo um crescimento em função das políticas de captação de eventos e negócios que serão implantadas pelos órgãos responsáveis e interessados no setor.

Tabela 04: Projeção do faturamento anual do turismo de eventos na cidade de São Paulo.

Ano	Em R\$ bilhões
2000	2.874
2001	3.219
2002	3.600
2003	4.038
2004	4.522
2005	5.065
2006	5.670
2007	6.350
2008	7.116
2009	7.970

Fonte: projeção realizada a partir dos dados da Tabela 02.

A questão da violência, neste cenário, irá diminuir, mas o período de maturação das estratégias e políticas do governo e da polícia ainda será mais longo, devido à grande dificuldade existente em conter a atividade criminal numa estrutura onde prevalece a falta de motivação da polícia, pelos baixos salários e pouco treinamento. Mas este fator não afetará o desenvolvimento do turismo de eventos e negócios na cidade.

As redes hoteleiras mais fortes tentarão um acordo com o governo municipal para viabilizar um ajuste fiscal que favoreça os estabelecimentos hoteleiros na carga de impostos, uma vez que a concorrência dos *flats* é vista como fator de desvantagem competitiva, pelos administradores dos hotéis.

Os investimentos vão aumentar, principalmente os de capital estrangeiro. Esse capital será utilizado em maior proporção na construção de novos estabelecimentos, item predominante na intenção de investimentos. Os investimentos mistos, compostos por capital estrangeiro e nacional, serão possíveis em função da prática de taxas de juros mais baixas para os pequenos empreendedores, que irão investir na adequação dos estabelecimentos já existentes ao turismo de negócios e eventos. Conseqüentemente aumentarão os negócios e as diárias, o número de empregos e a capacidade de crescimento do setor, fazendo com que este segmento tenha um nível de desenvolvimento estável e equilibrado.

Cenário pessimista: “A deterioração do pólo de turismo de eventos e negócios em São Paulo”

O cenário pessimista para o turismo de eventos e negócios em São Paulo seria a completa deterioração dos recursos previstos para o setor na cidade, refletido na total fuga dos negócios e eventos para outros estados ou para as cidades interioranas, fator este considerado remoto pela falta, nesses locais, de aeroportos internacionais, parque hoteleiro adequado e áreas de eventos apropriada ao grande número de participantes.

O agravamento da poluição, dos congestionamentos de tráfego, das grandes enchentes que impedem a circulação pelo sistema viário da cidade, aliados à crescente violência, fará com que as grandes redes hoteleiras internacionais deixem de investir seu capital na cidade de São Paulo, optando por outras localidades.

Os órgãos responsáveis pela regulamentação do turismo no país, bem como os governos municipais, estaduais e federais passarão a priorizar apenas o turismo de lazer para os locais de grande fluxo de turistas internos e externos, articulando esforços para o treinamento e a divulgação deste tipo de turismo.

O faturamento sofrerá uma queda abrupta e a taxa de desemprego deverá subir, à medida que os estabelecimentos hoteleiros já existentes tenderão a se mudar ou a fechar seu negócio, pela significativa queda na demanda.

A América Latina permanecerá dividida entre América do Sul e América Central, desfavorecendo os aspectos positivos da globalização e fazendo com que outras regiões concentrem os grandes negócios previstos para o Mercosul.

Este é um cenário cuja ocorrência apresenta probabilidade reduzida, porém, alguns fatores não podem ser totalmente descartados, e as considerações precisam ser cuidadosas na tomada de decisões dos profissionais do setor.

Cenário otimista: “São Paulo, o centro de decisão da América Latina”

No cenário otimista para o turismo de negócios da cidade de São Paulo, o crescimento do setor será acentuado pelo crescimento da demanda por eventos e seus derivados. Os hotéis da cidade terão um aumento na procura de leitos em função da entrada de turistas provenientes do aumento de eventos realizados na cidade, que atrairão pessoas dos países da América Latina e do mundo inteiro.

A demanda aumentará também baseada no conseqüente aumento do volume de negócios concentrados na cidade, uma vez que os efeitos da globalização se farão sentir, levando as empresas que possuem investimentos espalhados pelo país e pela América Latina elejam a cidade de São Paulo como pólo de decisão, e as empresas da América Latina serão administradas por São Paulo. Algumas empresas européias, por exemplo, estão investindo no país e na América Latina em geral, e já transformaram São Paulo no centro de decisão corporativo de suas redes. Um centro de decisão empresarial pode ser definido como o local sede da diretoria geral global de uma rede empresarial, em que se concentra a definição de todos os planos, reuniões e diretrizes.

Outro aspecto de um cenário otimista para o setor será o fato de que a qualidade e a profissionalização dos serviços

terão uma aceitação e um comprometimento efetivos, tanto dos próprios administradores dos hotéis como dos funcionários prestadores do serviço, estabelecendo a concorrência a partir da qualidade comprovada, tornando-se fator de equilíbrio e equalização dos preços e da competitividade do setor.

O turismo de eventos e negócios da cidade de São Paulo entrará, assim, definitivamente, nos padrões internacionais de qualidade em atendimento e serviços.

Os investimentos no setor se concretizarão na forma de capital internacional direto, contribuindo para o intercâmbio tecnológico na utilização de equipamentos mais modernos e na estrutura dos hotéis voltados especificamente para a captação de eventos e hospedagem de homens de negócios.

Um aspecto relevante do cenário otimista é o aumento da oferta de empregos gerados pelo turismo de eventos e negócios. O segmento terá um crescimento de 15% ao ano, frente aos 12% que vêm ocorrendo nos últimos cinco anos, o que significa 80% de ocupação média anual dos hotéis, fazendo com que a oferta de empregos também cresça. Uma projeção deste fator no faturamento anual do setor é apresentada na Tabela 05 adiante.

Tabela 05: Projeção do faturamento anual do turismo de eventos na cidade de São Paulo

Ano	Em R\$ bilhões
2000	2.950
2001	3.390
2002	3.900
2003	4.485
2004	5.100
2005	5.860
2006	6.700
2007	7.700
2008	8.855
2009	10.183

Fonte: projeção realizada a partir dos dados da Tabela 02.

A violência urbana diminuirá por meio da implantação segura das estratégias de controle da criminalidade urbana e da ação conjunta das polícias militar e civil, fator decisivo para impedir a fuga de eventos para as cidades do interior paulista ou outros locais.

Os governos municipal e estadual instituirão programas mais abrangentes, investindo no setor de infra-estrutura da cidade, com ênfase no turismo de eventos e negócios, aumentando os espaços de eventos e contribuindo com a diminuição da carga de impostos sobre serviços para os estabelecimentos hoteleiros.

Sendo assim, o cenário otimista deve ser também considerado, apesar do cenário mais provável possuir maior probabilidade de ocorrência.

Conclusão

O turismo de eventos e negócios é um segmento da indústria do turismo no Brasil que ainda dispões de pouca informação. Os dados e informações aqui descritos e analisados foram encontrados nas pesquisas realizadas pelos órgãos representantes deste segmento em São Paulo.

Ainda assim, em todo o processo de levantamento de dados, do envio e do recebimento dos questionários, da pesquisa sobre o contexto histórico da hotelaria e do turismo no Brasil e no mundo, assim como sua influência no desenvolvimento lento e tardio do setor, sente-se a importância de um estudo sério e sistemático para o setor.

Verifica-se o interesse real da parte dos grandes complexos hoteleiros em investir no Brasil, contribuindo para o aumento das divisas do país; a iniciativa privada acreditando no potencial de crescimento do setor na cidade de São Paulo; o comprometimento dos órgãos públicos e privados em regulamentar e profissionalizar o setor, o que sinaliza melhorias significativas para problemas socioeconômicos críticos, tais como o desemprego e a qualidade de vida do cidadão paulistano.

Os dados da pesquisa do SPC&VB (1999) mostram o amadurecimento gradativo, porém efetivo, dos estabelecimen-

tos hoteleiros ao adequarem suas estruturas, potencializarem seus esforços para a criação de competitividade, ajustarem custos e preços para competirem nesse setor. Mas eles ainda precisam melhorar a qualidade dos serviços prestados, determinando padrões de hospedagem com diferenças voltadas para as necessidades específicas dos turistas que vêm a negócios e eventos.

Podemos ressaltar que o governo brasileiro ainda necessita dar mais atenção ao turismo de negócios, como fazem os países europeus e outros, principalmente no que se refere aos mecanismos de divulgação. Quando se fala em investimentos, refere-se a obras físicas, seja de novos aparelhos ou ampliação dos existentes, e de equipamentos, tecnologia e captação de eventos, pois este é o *"responsável pela garantia do resultado do empreendimento"*, segundo Gouvêa (ABRACCEF, 2000).

Assim, fica aqui o desafio aos futuros pesquisadores do assunto e ao leitor, no sentido de extrapolar as minhas conclusões e fazer a comparação dos estudos realizados com os últimos acontecimentos de ordem política, econômica, social e cultural, impostas pelas transformações constantes que ocorrem no Brasil e no mundo.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Sérgio Roberto Porto de; BRETERNITZ, Vivaldo José; CÉSAR, Ana Maria Roux Valentini Coelho; HÜTTEN, Conrado Miguel. *Globalização para alguns e satelização para muitos: O desafio estratégico para os próximos anos*. Bolívia: XI Congresso Latino-Americano de Estratégia – Slade – Sociedade Latino Americana de Estratégia, 29/5/1998.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo: Ed. Futura, 1999.

CARVALHO, Caio Luiz de. *A Embratur vende destinos e segmentos, o de eventos inclusive*. <www.revistadoseventos.com.Br>. 10/6/2000.

CASTELLI, Geraldo. *Turismo: atividade marcante do século XX*. Caxias do Sul: EDUCS, 1990.

- CASTELLI, Geraldo. *Administração Hoteleira*. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza; LEMOS, Amália Ines G. de. (Org.). *Turismo: impactos socioambientais*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- EMBRATUR. *Regulamento e Matriz de Classificação dos Meios de Hospedagem de Turismo*. São Paulo: Suprimentos & Serviços, 1998.
- FERNANDES, Melissa. *A hospitalidade agora tem selo de qualidade*. <www.facom.ufba.br>, 15/5/2000.
- GOUVÊA, Moacyr Lopes. *A importância de um Centro de Convenções*. <www.uol.com.br/fsp>, 01/5/2000.
- IGLESIAS, Herculano. *Evento é fundamental para a hotelaria*. <www.revistadoseventos.com.br>, 19/4/2000.
- IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- LACERDA, Antônio Corrêa de. *O impacto da globalização da economia brasileira*. São Paulo: Contexto, 1999.
- MENDONÇA, Rita; LEMOS, Amália Inês G. de. (Organizadora). *Turismo: impactos socioambientais*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- REVISTA DOS EVENTOS. *Turismo é o novo filão das redes hoteleiras*. <www.revistadoseventos.com.br> edição n. 09, 12/6/2000.
- ROSSI, Clóvis. *Emergência paulistana*. Folha de São Paulo, 16/1/2000.
- SEIDL, Antonio Carlos. *Revista dos Eventos*. <www.revistadoseventos.com.br>, 8/11/1999, p.3.
- SILVA, José Vicente Filho e NETTO, José Peres. *Nova Geografia da Criminalidade na cidade de São Paulo*. <www.braudel.org.br>, 19/6/2000.
- SPC&VB - SÃO PAULO CONVENTION & VISITORS BUREAUX. *Pesquisa e diagnóstico econômico do turismo de eventos da cidade de São Paulo*. <www.saopaulobureau.com.br>. 09/6/2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas*. Campinas, SP: Papirus, 1993.

Claudia Fonseca Roses – Mestre em Administração de Empresas pelo Mackenzie e Doutoranda em Engenharia da Produção UNIMEP – Piracicaba. Professor Universitário.