



2019 – V.11 N.1

Turismo e Eventos de Negócios: Um Estudo em Caxias do Sul-RS, Brasil

Tourism and Business Events: A Study in Caxias do Sul-RS, Brazil

FRANCISCO CARLOS VIEIRA DE SÁ¹, VANIA B. M. HEREDIA²

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p178>

RESUMO³

Este estudo faz parte de uma pesquisa maior, denominada 'Turismo de Negócios em Caxias do Sul-RS' cujo tema versa sobre as condições e possibilidades do turismo de eventos de negócio numa cidade de porte médio, com vocação industrial. O objetivo é o de analisar as percepções dos agentes sociais que atuam no turismo de eventos de negócios, na referida cidade, acerca das condições que os espaços destinados à realização dos mesmos, na localidade. O estudo exploratório, de natureza qualitativa, utilizou como estratégia metodológica a entrevista semiestruturada, realizada com agentes envolvidos direta ou indiretamente na promoção de eventos e no atendimento da demanda de turistas em Caxias do Sul, no sul do Brasil. O método de análise foi o de conteúdo. Feita a análise, dos relatos dos entrevistados nasceram duas categorias analíticas que auxiliam a discussão do tema: <espaços de eventos de negócios> e <infraestrutura>. Os resultados evidenciaram que não há espaços para eventos de negócio em número suficiente em Caxias do Sul, cidade que abriga o segundo polo industrial do Estado do Rio Grande do Sul, e que os espaços existentes apresentam limitações e problemas estruturais. Os dados apontam para falta de investimentos no setor, o que cria um contraponto entre o discurso de uma cidade que quer promover turismo de eventos de negócios, mas acredita que toda infraestrutura deva ser provida pelo setor público.

PALAVRAS-CHAVES

Turismo. Eventos de Negócios. Caxias do Sul-RS, Brasil.

¹ **Francisco Carlos Vieira de Sá** – Mestre, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul-RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7310712035135703> E-mail: francisco.fcvsa@gmail.com

² **Vania B. Merloti Heredia** – Doutora. Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul-RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2028194865995189> E-mail: vbmhered@ucs.br

³ **Processo Editorial** – Recebido: 15 DEZ 2017. Avaliado: JAN – AGO. Aceito: 25 NOV 2018

ABSTRACT

This study is part of the research "Business Tourism in Caxias do Sul", about the conditions and possibilities of tourism for business events in a medium-sized industrial city. The objective is to analyze the perceptions of the social agents that work with tourism of business events about the conditions that the spaces destined to the accomplishment of business events present in the city. The exploratory study, of a qualitative nature, used as a methodological strategy the semi-structured interview, carried out with agents directly or indirectly involved in the promotion of events and in meeting the demand of tourists in Caxias do Sul. The method of analysis was the content and the reports of the interviewees were born two analytical categories that help the discussion of the theme: the spaces of business events and the absence of infrastructure. The results showed that there are not enough spaces for business events in Caxias do Sul, a city that is home to the second industrial hub of the Rio Grande do Sul State and that the existing spaces have limitations and structural problems. The data points to a lack of investments in the sector, which creates a counterpoint between the discourse of a city that wants to promote tourism of business events, but believes that all infrastructure should be provided by the public sector.

KEY-WORDS

Tourism. Business Events. Caxias do Sul-RS, Brazil.

INTRODUÇÃO

Caxias do Sul, a exemplo do Brasil como um todo, tem enfrentado em anos recentes os efeitos de uma profunda crise econômica e política. Conforme informações divulgadas pela Câmara da Indústria, Comércio e Serviços (CIC, 2017), houve uma redução de mais de 23 mil vagas de emprego entre 2013 e setembro de 2017, na cidade, sendo que, deste número, mais de 15 mil vagas corresponderam ao segmento industrial; 2018 apresentou leve crescimento. Tal situação político econômico, abriu margem para discussões a respeito do futuro da economia local, sobre a necessidade de o município buscar uma nova matriz econômica, ou ao menos diversificar a matriz existente, calcada na indústria metalomecânica. Uma das possibilidades aventadas diz respeito à promoção e incremento do turismo.

Apesar de a cidade estar centralmente localizada na Região Turística de Serra Gaúcha, um dos destinos mais importantes do País, e dispor de diversas vantagens características das cidades médias industriais (Amorim Filho & Serra, 2001), aparentemente não há ações mais objetivas em termos de investimento no segmento ou de reconhecimento de potenciais que o município apresente para tal. Os mesmos autores citados, defendem a posição de que as cidades médias oferecem "um leque bastante largo de bens e serviços ao espaço microrregional a elas ligados, suficientes, sob outro ponto, para desempenharem o papel de centros de crescimento econômico regional e engendrarem economias urbanas necessárias ao desempenho eficiente de atividades produtivas" (p. 9). Essa posição inclui o tamanho demográfico, à medida em que justifica que as cidades médias não esgotaram as suas possibilidades de acolher novas aglomerações urbanas e, por si só, seriam dinâmicas. Ainda indicam que essas cidades diferenciam "o espaço interurbano, com um centro funcional já bem individualizado e uma

periferia dinâmica, evoluindo segundo um modelo bem parecido com o das grandes cidades” (Idem).

Nesse contexto, os eventos de negócio que já acontecem na cidade podem desempenhar o papel de introduzir a discussão sobre o desenvolvimento do turismo em Caxias do Sul. O município apresenta tradição na ofertas e promoção de eventos, com objetivo de divulgar sua produção e com esse fim “escoar mercadorias, atrair pessoas e promover o nome da cidade, justamente os benefícios que são necessários no momento atual” (Machado, 2001, p.35). Assim, o presente estudo tem como objetivo analisar as percepções dos agentes sociais que trabalham com turismo de eventos de negócios, acerca das condições que os espaços destinados à realização de eventos de negócio, já presentes em Caxias do Sul, apresentam. O estudo exploratório é de natureza qualitativa e o recorte temporal refere-se à última década que os organizadores de eventos enfrentaram no mercado de negócios.

A entrevista foi a técnica selecionada para dispor das posições dos entrevistados sobre o tema em estudo. De acordo com Bauer e Gaskell (2017), as entrevistas possibilitam a compreensão de um assunto em maior profundidade, permitindo que delas derivem intuições, resultados, surpresas e informações valiosas que melhorem o entendimento a respeito do tema trabalhado. Ainda segundo o mesmo autor, a entrevista deve ser preparada para que abranja os temas centrais da pesquisa, sem interferência ou influência do pesquisador sobre o pesquisado. Desse modo, o roteiro das entrevistas incluiu: (a) considerações sobre trajetória profissional e envolvimento dos entrevistados com o turismo e/ou eventos de negócio; (b) opinião dos mesmos sobre a infraestrutura local para a realização de eventos de negócio; (c) posicionamento sobre o Plano Municipal de Turismo de Caxias do Sul [aprovado em 2013], que traz o turismo de eventos de negócio como atividade consolidada no município; (d) percepção sobre as vantagens que o segmento possa proporcionar à cidade; (e) elementos a serem qualificados na infraestrutura local para eventos bem-sucedidos; (f) obstáculos enfrentados pelos profissionais para realização de eventos e de eventos de negócio; (g) responsabilidade na implementação de infraestruturas para eventos.

Foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas, cujas respostas receberam tratamento conforme proposto por Bardin (2000) para Análise de Conteúdo. O corpus de estudo ficou, assim, constituído por narrativas produzidas pelos entrevistados, agentes sociais com as seguintes representações: organizadores de evento e pessoas ligadas à Secretaria Municipal do Turismo, Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Caxias do Sul, Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul e Conselho Municipal do Turismo. A seleção de entrevistados obedeceu a dois critérios: envolvimento com o tema do trabalho e concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a ser assinado. Os nomes dos entrevistados não constam neste trabalho, para que a identidade de cada participante seja preservada. As posições dos entrevistados revelam aspectos da atual situação estrutural dos eventos sob o ponto de vista de quem gere atividades relacionadas a eventos.

Bardin (2000) indica três momentos para Análise do Conteúdo: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, indo da inferência à interpretação. A fase da pré-análise é

o momento em que o pesquisador toma conhecimento das narrativas dos entrevistados e começa um processo de análise na organização dos dados. A segunda fase é caracterizada pela exploração do material. É uma fase de codificação e enumeração de resultados. Desse modo, as ideias semelhantes que constam em cada entrevista individual foram agrupadas, juntamente com os trechos de fala selecionados. As categorias foram criadas, portanto com base nos discursos coletados. A categorização ocorreu após a primeira fase de análise, ou seja, não houve tentativa de categorização anterior a realização das entrevistas. Assim, novos elementos foram explorados, além daqueles já levantados na discussão teórica do estudo. As categorias sintetizam as entrevistas, e as narrativas foram agrupadas conforme a semelhança e permitiram as condições ideais de análise e interpretação dos dados, que ocorreu na terceira fase. As categorias representam a unidade das falas. As categorias que nasceram desse estudo foram: <espaços de eventos de negócios> e <ausência de infraestrutura>.

TURISMO, EVENTOS E EVENTOS DE NEGÓCIOS

O turismo e os eventos, enquanto áreas de estudo e atividades sociais, são temas próximos e que apresentam diversos pontos em comum. Principal é o fato de terem-se as pessoas como o centro e a essência de ambas as atividades.

Conforme Vargas (2001), é parte da natureza humana a necessidade de deslocar-se para outras localidades a fim de apreciar e conhecer novas culturas, novas paisagens e, até mesmo, realizar novos negócios. Essas mesmas necessidades humanas, geradoras da atividade turística, proporcionam a promoção constante de eventos (Blehm & Cabral, 2013). Em diversas oportunidades, pessoas participam de inaugurações, congressos, feiras, aniversários, casamentos, formaturas, posses de cargos públicos, eventos esportivos especiais, feiras de negócio, dentre inúmeros outros tipos de evento, sendo muitas vezes necessário viajar para outra localidade diferente de onde se localizam suas residências. Conforme esse deslocamento acontece, as comunidades receptoras se mobilizam para atender a essa demanda, prestando serviços de alimentação, transporte, entretenimento, estadia e outros. Essa mobilização atinge diversos fatores econômicos que auxiliam no desenvolvimento daquela comunidade, além de proporcionar trocas imateriais entre receptores e visitantes (Andrade, 2001).

O termo ‘turismo’ pode ser associado aos diversos significados, presentes em nosso imaginário. Em geral, muitos associam turismo com lazer, entretenimento, diversão, férias e descanso. Entretanto, o fenômeno pode ser muito mais complexo do que se imagina no senso comum, já que interfere significativamente nos setores econômico, cultural, social, ambiental, entre outros. Mais do que um simples deslocamento, o turismo envolve estadia, transportes, motivações, hospedagem e hospitalidade, representando “muito mais do que a simples palavra pode expressar” (Palhares & Panosso Netto, 2012, p. 92).

Com isso, seleciona-se o seguinte conceito de turismo para nortear esta pesquisa: “o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais” (Andrade, 2001, p. 38). Essa definição aparenta ser a que melhor se

encaixa aos objetivos deste estudo, embora seja passível de discussão e reformulação. Por um lado, trata-se de um conceito aberto e abrangente, absorvendo diferentes tipos de viagens. Por outro, esse conceito tem como foco a localidade receptora de turismo, local onde o turista vai satisfazer as suas necessidades e que precisa preparar-se para tal. Por turista, ainda segundo Andrade, entende-se a pessoa que, livre e espontaneamente, por período limitado, viaja para fora do local de sua residência habitual, a fim de exercer ações que, por sua natureza e pelo conjunto das relações dela decorrentes, classificam-se em alguns dos tipos, das modalidades e das formas de turismo.

O conceito de turista de Andrade abre margem para uma nova discussão: viagens a negócio são, de fato, um tipo de turismo? Alguns estudiosos preferem evitar o termo *turismo*, com temor em associar viagens de negócio com férias e descanso. Para autores como Martins e Murad Jr., (2010), cuja obra é voltada para a gestão das viagens corporativas, é preferível não utilizar o termo ‘turismo’ para não remeter ao lazer e à diversão, considerando a realidade de quem trabalha com viagens de negócio bem diferente. Por outro lado, Vargas (2001) acredita que existe uma tendência mundial de “aliar a atividade profissional ao prazer de viajar, conhecendo lugares novos” (p. 81). Britto e Fontes (2006) também defendem essa ideia ao afirmarem que o atual padrão de trabalho faz com que o profissional pretenda aliar tempo livre com o desempenho profissional e seus desdobramentos. Andrade (2001), por sua vez, afirma que o viajante de negócios possui interesses e motivações distintos de outros tipos de turistas, de modo que defini-lo como turista foge à lógica do próprio turismo. Entretanto, o mesmo autor defende a ideia de que os viajantes de negócio irão utilizar os mesmos estabelecimentos e serviços que qualquer outro turista, inclusive dispendo de momentos de lazer no tempo livre, o que faz dele um turista.

Para as viagens a negócio, adota-se a definição de Martins e Murad Jr. (2000), para quem as viagens corporativas [ou de negócio] são aquelas pagas por um CNPJ e que possuem objetivos profissionais. Essas viagens se dividem em viagens individuais [feitas por profissionais solitários com objetivo único] ou viagem para eventos [envolve viagem de várias pessoas para atuação ou participação em convenções, treinamentos, lançamentos de produto, dentre outros]. Interessa a este trabalho as viagens para eventos de negócio. Para compreender esse tipo de viagem, faz-se necessário investigar o campo teórico dos eventos e do turismo de eventos.

Um dos principais fatores de movimentação turística existentes é a realização de eventos. Percebe-se que desde o início dos estudos sobre turismo a presença dos eventos é constante. Ainda hoje os pesquisadores de turismo estudam os eventos como um dos principais tipos ou segmentos de turismo. Os organizadores de eventos também levam em consideração a atividade turística. Tanto que, em diversas ocasiões, um evento tem o objetivo principal de atrair visitantes para uma localidade, ao mesmo tempo, que atende a necessidade de promover e melhorar a imagem dessa mesma localidade. Entretanto, independente do objetivo, faz-se necessário considerar a movimentação turística no planejamento de um evento, a fim de atender a maior parte das expectativas dos participantes, independentemente do tipo de evento. Também é necessário observar que os eventos precisam estar inseridos no contexto local (Blehm & Cabral, 2013).

De acordo com Mendonça e Peronzin (2014), dar conta de organizar um evento e, ao mesmo tempo, gerenciar a demanda turística gerada é um desafio que exige planejamento. Blehm e Cabral (2013) corroboram essa ideia ao defender que a realização de um evento depende de articulações econômicas e políticas com o setor turístico, de planejamento estratégico e da “operacionalização do evento propriamente dito como uma eficiente comunicação e um perfeito relacionamento com toda a cadeia produtiva gerada pelo turismo de eventos” (p. 289). Nesse sentido, o turismo de eventos se diferencia de outros tipos de turismo. Entende-se que há diversos atrativos turísticos [em especial os ligados à natureza] que não são criados pelo homem. A promoção de um evento, por sua vez, acontece mediante iniciativa previamente planejada. Esse planejamento é norteado por conceitos da Administração, da Economia e da Comunicação. Daí a necessidade de não visualizar o turismo como um conceito fechado, tampouco o turismo de eventos.

Ao contrário da atividade turística, os conceitos existentes para Eventos costumam ser semelhantes, geralmente determinados por estudiosos da área de Comunicação. Com base em Britto e Fontes (2006), pode-se considerar como evento um acontecimento planejado com o “objetivo de alcançar resultados junto ao seu público alvo” (p. 20), caracterizado como um momento único de aproximação e interação entre pessoas, produtos e serviços em um determinado espaço e em um determinado período de tempo. Assim, cada evento apresenta uma diferente concepção e motivação e é promovido para apresentar produtos, divertir, angariar fundos, estabelecer ou manter a imagem institucional de uma organização, entre outros. Os autores deixam claro que um evento existe somente quando há um público cuja necessidade precisa ser satisfeita. Blehm e Cabral (2013) reforçam esse posicionamento ao afirmar que os eventos não são promovidos somente para captar públicos e sim para atender necessidades de determinados públicos.

A relevância do turismo de eventos para uma cidade considerada industrial, como é o caso de Caxias do Sul, reside nas diversas possibilidades de eventos que podem contribuir para o fortalecimento dos empreendimentos industriais e comerciais. Ao mesmo tempo, gera-se demanda de turistas, o que possibilita o desenvolvimento da atividade turística. Britto e Fontes (2006) corroboram essa ideia ao afirmarem que a realização de eventos pode proporcionar trocas de informações, atualizações tecnológicas, debates, lançamentos de produto, entre outros, o que “contribui para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que estão gerando fluxos de deslocamento e visitação” (p. 53). As autoras complementam que a promoção de eventos é especialmente interessante para quem deseja ampliar o fluxo nacional e/ou internacional de negócios. Assim como o turismo apresenta diversas possibilidades, a atividade de eventos também é complexa. Cada evento acontece de forma única e diferente de todos os outros, o que constitui diversos os tipos de eventos. Interessa para esta pesquisa o estudo dos eventos de negócio.

Britto e Fontes (2006) também afirmam que, para um evento ser considerado *de negócios*, é preciso que ele proponha um dos seguintes objetivos: “aperfeiçoamento cultural, científico, técnico ou profissional dos participantes; divulgação ou intercâmbio de experiências e técnicas pertinentes a determinada atividade profissional ou a determinada área de conhecimento, e;

congraçamento profissional e social dos participantes” (p.56). A feira de negócio é um dos tipos de evento de negócio mais conhecidos. Atualmente, as feiras de negócio podem ser consideradas exposições públicas “com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços” (Matias, 2013, p. 121), “abrangendo os setores econômicos da indústria, comércio, agricultura, pecuária e tecnologia” (Beni, 2008, p. 343). As feiras de negócio não constituem a totalidade dos tipos de eventos de negócio possíveis. O Ministério do Turismo (2010) considera os seguintes tipos de eventos de negócio: feiras, convenções, congressos, seminários, workshops, conferências e rodadas de negócio.

A partir do exposto até aqui, pode-se considerar como turismo de eventos de negócio a atividade turística decorrente do deslocamento realizado por pessoas a trabalho que saem de seus municípios de origem para participar de um evento de negócios. Esse conceito foi criado para unir os pontos em comum entre turismo, negócios e viagens corporativas, ao mesmo tempo em que se exclui o que não faz parte desse escopo. Assim, o turismo de eventos de negócio pode ser um subtipo de turismo baseado em uma dentre tantas possibilidades de promoção de eventos.

A realização de eventos de negócio e o gerenciamento da demanda turística consequente necessita de diversos autores e elementos para acontecer. Para este trabalho, adotam-se os agentes sugeridos pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2010) como promotores de eventos: o setor público e o setor privado. Os promotores de evento são considerados peças fundamentais pelo Ministério do Turismo, por serem “agentes responsáveis pela geração do evento ou da atividade, isto é, são os clientes, os proprietários intelectuais do evento para os quais os prestadores de serviços trabalham” (Brasil, 2010, p. 43). Os promotores nem sempre se envolvem com assuntos relacionados ao turismo, mas são os responsáveis pela articulação de todos os elementos que tornam possível a realização de um evento.

O setor público também possui responsabilidades na questão, já que a promoção de eventos pode facilitar a entrada de reservas em uma localidade e promover diversas melhorias na qualidade de vida da comunidade receptora. Por esse motivo, cabe ao governo ações como: cuidados com a infraestrutura da localidade [transportes, sinalização, entre outros], promoção e apoio à comercialização e a divulgação de eventos, investimento em pesquisas de mercado e planos de marketing, e desenvolvimento de políticas para desenvolver o setor, o que pode incluir facilidades no financiamento de investimentos privados. Por sua vez, o setor privado é constituído de outros agentes, com suas respectivas responsabilidades (Brasil, 2010): (a) Convention & Visitors Bureaux, organizações não-governamentais que tem como objetivo a ampliação de fluxos turísticos derivados da promoção de eventos de negócio; (b) empresas organizadoras de eventos: prestadores de serviços de planejamento e gerenciamento de eventos; (c) empresas de serviços especializados: empresas de locação de estruturas, fornecedores de buffet, serviços de tradução, dentre vários outros; (d) centros de eventos que, conforme definição do Ministério do Turismo (Brasil, 2010), tratam-se de espaços destinados à realização de qualquer tipo de evento, geralmente cedidos ou locados para empresas organizadoras de eventos.

Cada tipo de evento, devido as suas peculiaridades, apresenta determinadas necessidades, geralmente definidas pelo promotor de eventos, que seleciona a cidade-sede para seus empreendimentos de acordo com a estrutura que houver disponível. Logo, o município que deseja desenvolver a atividade deve estar preparado para atender diversos tipos de demanda.

TURISMO DE EVENTO DE NEGÓCIOS EM CIDADE MÉDIA

A cidade de Caxias do Sul é local do objeto de estudo. Essa cidade, com mais de um século de existência, teve sua ocupação inicial associada à história da imigração italiana⁴ no Sul do país, devido à política de colonização e imigração do governo imperial ainda no século XIX. A história dessa cidade demonstra que a mesma passou por vários ciclos econômicos e tornou-se um dos polos industriais do país após a segunda metade do século XX, quando deixa de ter características de indústrias de perfil tradicional para o perfil dinâmico e moderno. À medida que esses setores se dinamizaram, o empresariado local preferiu promover feiras setoriais ao invés de manter as feiras no antigo perfil, em que era exposto toda a produção industrial local. Essa mudança enfraqueceu a ideia da festa, mas a mesma se manteve e por diversas décadas cumpriu o papel pelo qual foi criada. Esses setores dinâmicos começaram a fazer suas próprias feiras e associados a empresários de outras regiões tentaram em muitos momentos manter as feiras na cidade. Mesmo assim, várias feiras e eventos de negócios foram promovidos fora do município, tendo como justificativa a ausência de espaços adequados à evolução tecnológica e à inovação, e não apenas às tradições culturais.

O espaço que a cidade oferecia a classe empresarial era o dos Pavilhões da Festa da Uva que sempre haviam abrigado as festividades da cidade bem como feiras de grande porte, a exemplo da homônima Festa da Uva. Esses pavilhões, usados como centros de eventos, foram construídos para abrigar aquela que era e é, a grande festa da cidade. Nesse sentido, se tomarmos como referência o setor plástico, referência econômica no Estado e no País, o mesmo promove vários eventos com a finalidade de expor produtos e potencializar negócios. Esse setor abriga feiras com a Plastech Brasil⁵, que desde sua primeira edição coloca a cidade na vitrine da produção tecnológica e de inovação no País. Na edição de 2013, a feira recebeu “23.110 visitantes e reuniu mais de 400 marcas, distribuídas em 250 expositores e um total de negócios gerados em torno de R\$173,2 milhões” (Herédia, 2014, p.133). No caso do segmento do plástico, que tem atuação mundial e participa de feiras internacionais, para os empresários os centros de eventos são espaços necessários para o avanço e expansão da economia regional. Outro segmento importante que clama por um centro de eventos é o metalomecânico que participa

⁴ Uma prática cultural implantada pelos italianos quando chegaram ao Rio Grande do Sul foi a de expor produtos em feiras, pois os que delas participavam tinham a oportunidade de conhecer os produtos, os processos de fabricação e a qualidade dos mesmos, bem como a possibilidade de negociar preços. As feiras agroindustriais acompanhavam de perto este desenvolvimento, apresentando a cada ano, novos produtos fabricados na cidade, contemplando não somente produtos de origem agrícola, mas também industrial. Todas as exposições e feiras agroindustriais que aconteceram entre 1881 e 1930 eram de responsabilidade da Intendência. Posteriormente, as lideranças empresariais assumiram o controle e a organização do evento, que ganhou o perfil de festa regional e nacional.

⁵ Feira Plastech Brasil é promovida pelo Sindicato das Indústrias de Material Plástico do Nordeste Gaúcho; a Tecnoplast foi “a primeira promovida pelo setor ocorreu em junho de 2001, nos Pavilhões da Festa da Uva” (Heredia, 2014, p.128).

de feiras e as organiza por meio do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e Elétricas de Caxias do Sul. Essa representação sindical tem sido promotora de feiras como a Transtec⁶, que envolve a indústria nacional e indústria estrangeira. Desde 1995, essa feira é reconhecida internacionalmente e enfrenta sempre problemas infraestruturais para a sua realização.

Nesse contexto, a cidade em estudo, possuía em 2017 uma população estimada de 483.377 pessoas, o que permite a classificação como *cidade média*⁷, embora diversos de seus índices socioeconômicos estejam acima da média nacional. Um exemplo é a taxa de analfabetismo em pessoas com 15 anos ou mais, que em 2010 era de apenas 2,36%⁸. A expectativa de vida ao nascer é de 76,58 anos e o coeficiente de mortalidade infantil é de 13,30 para cada mil nascidos vivos⁹. O PIB per capita era de R\$45.883,07¹⁰, em 2014; o Índice de Desenvolvimento Humano [IDHM], em 2010, era de 0,782¹¹; e o Índice de Desenvolvimento Socioeconômico [Idese] era de 0,817¹², em 2014. A indústria e os serviços são considerados os principais setores econômicos da cidade. As informações estatísticas mais recentes demonstram que, em 2012, a representatividade da indústria foi de 42,83% sobre o total do PIB caxiense, enquanto no Rio Grande do Sul esse índice é de 24,34%¹³; a cidade contribui com 6,6% do total do PIB do Estado.

Nos dias atuais, Caxias do Sul recebe e promove diversos eventos de negócio, porém a maioria deles, ainda é de pequeno porte [abaixo de 500 participantes], e são oferecidos em hotéis da cidade, eventos voltados para os públicos de interesse. É importante considera as atuais deficiências de infraestrutura no turismo, em especial no ramo de negócios e eventos, a fim de avançar na área.

FACILIDADES NÃO APROVEITADAS OU PROBLEMAS DE INFRAESTRUTURA?

Na análise das narrativas ficou evidente a posição de dificuldades que os organizadores de eventos enfrentam na cidade. Os relatos coletados mostram que estes sujeitos enfrentam, em Caxias do Sul, diversas adversidades para exercer as atividades de eventos. Uma das principais

⁶ “Segundo Jones Mariani, o setor automotivo em Caxias do Sul está representado por 540 empresas que empregam 21mil funcionários e geram um faturamento anual em ordem de 2,4bilhões de dólares. Esta feira é conhecida como um dos principais eventos da área automotiva do Sul do País e tem o compromisso de mostrar os últimos avanços tecnológicos na indústria automotiva, especialmente equipamentos para transporte e movimentação de cargas, implementos rodoviários e agrícolas, máquinas e equipamentos agrícolas, autopeças para máquinas, para implementos agrícolas e rodoviários” (Heredia, 2007, p.134).

⁷ Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430510>> Acesso em: 11 de Nov. 2017;

⁸ Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 4 DEZ 2017.

⁹ Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 4 DEZ 2017.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 4 ABR 2016.

¹¹ Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs/>. Acesso em: 8 DEZ 2017.

¹² Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/indice-de-desenvolvimento-socioeconomico/destaques/>>. Acesso em: 6 DEZ 2017.

¹³ Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 4 DEZ 2017.

diz respeito à inexistência de locais para abrigar eventos de negócios ou de locais adequados e preparados para atender com qualidade as necessidades das feiras e congressos.

Atualmente, feiras de grande porte acontecem nos pavilhões da Festa da Uva. Esse espaço, cujo nome oficial é Parque Municipal Mário Bernardino Ramos, foi inaugurado em 1975 e é utilizado para diversos tipos de eventos de variados portes, a começar pela própria Festa da Uva. Entretanto, os entrevistados apontam diversas deficiências estruturais do local, que demandam investimentos públicos que o qualifiquem. As condições atuais dos pavilhões geram desconforto aos públicos participantes que, entre outros, ficam vulneráveis às condições climáticas. Expositores também enfrentam problemas com estruturas e serviços precários e improvisados. Promotores, por fim, precisam compensar as carências do espaço, o que leva a um substancial custo extra na realização de cada evento. Os entrevistados apontam:

As feiras ainda encontram como uma das poucas opções os pavilhões da Festa da Uva, mas com problemas sérios de infraestrutura, como deficiências na rede elétrica, na parte de comunicações, limite de vagas para estacionamento, deficiências estruturais na cobertura e no piso dos pavilhões, inexistência de proteção lateral nos pavilhões, que os torna suscetíveis às mudanças climáticas características da cidade, poucos sanitários, entre outras limitações. (E1)

Para grandes feiras tem os pavilhões da Festa da Uva, que a gente sabe que tem problemas estruturais. Alagou a última Mercopar [edição de 2016] por causa da chuva. É muito frio no inverno, é muito quente no verão. (E5)

Nós temos os nossos queridos pavilhões da Festa da Uva que, no meu entendimento, precisam, sim, de uma reestruturação muito grande. Eles têm problema de estrutura física, todo mundo sabe que nós temos problemas de infiltrações de água e uma série de outras coisas, mas no meu entendimento é um dos locais que deve sim ter uma visão diferente. (E6)

Os entrevistados afirmam que os organizadores de feiras sempre precisaram lutar por melhorias nos pavilhões, mas lembram que o espaço precisa de muito mais do que algumas melhorias: é necessário um projeto sólido e amplo de revitalização do parque de eventos. Para tal precisa de uma nova cultura empresarial que consiga estabelecer uma relação direta entre os setores públicos e os privados, a fim de qualificar os espaços, ao invés de manter uma atitude de espera que apenas o setor público fará os investimentos. A questão que nasce desses discursos é a visão que o próprio empresariado tem em relação aos investimentos públicos. O setor público precisa visualizar um retorno coletivo e nem sempre essa é a visão da empresa. Nesse contexto, o benefício público seria a cidade, de características de indústria e de serviços, que precisa de espaços para divulgar sua produção.

A diretoria do Simplás sempre brigou por melhorias no parque de exposições. Então, éramos nós, do Simplás, e a Mercopar, que é organizada por uma empresa de fora, que sempre brigávamos para melhorar. Só que não adianta melhorar, não adianta você remendar uma situação. Você tem que criar um projeto em cima disso. São Paulo, agora, está acordando para isso, e com o investimento de milhões de dólares, trouxe um centro de eventos realmente pra feiras, aí a gente começa a brigar com o mundo no setor de feiras. (E4)

O Centro de Eventos da Festa da Uva não é climatizado e nem possui estrutura para salas de apoio, cadeiras, mesas, palco, etc. Tudo tem que ser locado o que acarreta num substancial custo para o promotor do evento. (E1)

De Sá, F. C. V. & Heredia, V. B. M. (2019). Turismo e eventos de negócios: um estudo em Caxias do Sul-RS, Brasil. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(1), pp. 178-193, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p178>

O Centro de Eventos da Festa da Uva, apesar de ter essa denominação, não é um centro de eventos; trata-se apenas de um pavilhão que não dispõe da maioria das instalações e dos requisitos técnicos de um centro de eventos, como auditórios, salas multifuncionais, cadeiras, climatização, sistema elétrico e de comunicação adequados, entre outros. (E3)

Muitas vezes a própria Prefeitura argumenta que tem Centro de Eventos e está à disposição, mas como fazer um auditório lá com isolamento acústico? Tem que locar cadeiras, tem que fazer fechamento, tem que colocar ar condicionado... Não é o ideal. Dá para fazer? Se o realizador do evento insistir, dá, mas o investimento é maior e a infraestrutura não é a ideal. É improviso. A parte de cima não tem pé direito para entrar na porta com empilhadeira. Realmente, a gente não tem uma estrutura ideal para grandes eventos tipo feira. (E5)

Percebe-se, por meio das narrativas citadas, que o Centro de Eventos de Caxias do Sul que nasce de uma iniciativa da Prefeitura, não contempla as necessidades que os promotores de eventos apresentam. Aparentemente, esse público sequer participou das decisões sobre como o espaço seria construído. Consequentemente, o investimento feito com dinheiro público praticamente não tem utilidade para o município. O que se tem é mais um pavilhão que apresenta quase os mesmos problemas que os demais pavilhões do parque de eventos da Festa da Uva. Outra queixa apresentada pelos entrevistados diz respeito à inexistência de locais para eventos que tenham capacidade superior a 500 pessoas. Alguns respondentes falam em 700, outros em 800 pessoas, mas a ideia que defendida é a de que eventos de porte médio não encontram espaço adequado em Caxias do Sul.

Nós não temos um auditório hoje em Caxias que tenha capacidade para mais de 700 pessoas. Como é que você vai pensar em trazer um Congresso Brasileiro ou Fórum Internacional de Administração, de Direito, Encontro Médico de Cardiologia se você não tem essa estrutura? (E6)

O grande problema, onde não evoluímos nos últimos anos, está nos locais para sediar eventos. Hoje não temos condições de receber eventos de médio porte, acima de 800 pessoas, em locais fechados, devido a inexistência de um Centro de Eventos ou de um de um Centro de Feiras. (E3)

O que temos são os espaços em alguns hotéis, em condições mais adequadas, mas nenhum com capacidade para receber público superior a esse número de pessoas (800). Igualmente, constatamos carências em termos de infraestrutura nos poucos locais abertos disponíveis para realização de eventos. (E3)

Os entrevistados destacam, ainda, que determinados tipos de eventos podem ser realizados de forma improvisada e com investimentos. Outros, porém, não tem condições de serem realizados em Caxias do Sul por que apresentam exigências diferenciadas. As limitações das estruturas presentes em hotéis variam desde o tamanho da área disponível até a existência (ou inexistência) de locais para refeições:

Até 500 pessoas, coloca tranquilo nos hotéis que tem uma estrutura um pouco maior. O Intercity (Hotel) comporta. O Personal (Royal Hotel) comporta até um certo número de pessoas, tem salas paralelas, dá para fazer sala de apoio. Eventualmente tem a sala, mas não tem onde alimentar todo mundo. Chega na hora do almoço não há um restaurante com capacidade para 150 pessoas. Na realidade um evento até 500 pessoas, ok. Acima disso, não se monta. (E5)

As convenções das grandes empresas aqui de Caxias ou da região como um todo, algumas são feitas no Samuara, que é um hotel da família Sehbe. Esse hotel tem uma estrutura, mas é uma

estrutura com limitações. Você não tem condições de fazer uma grande convenção para mil pessoas. (E6)

Os eventos promovidos em hotéis contam, inclusive, com estandes similares aos existentes nas grandes feiras de negócio. Entretanto, o tamanho e o número desses estandes também são limitados. Os espaços disponibilizados pela Universidade de Caxias do Sul [UCS] são citados por diversos respondentes. Enquanto alguns deles citaram anteriormente as limitações do UCS Teatro, outros consideram essa estrutura adequada. Por conta dos problemas existentes, alguns relatos demonstram que Caxias do Sul está perdendo diversos eventos, que tendem a ser realizados nos municípios vizinhos, como Bento Gonçalves e Gramado:

Em decorrência dessa falta de espaço adequado, perdemos recentemente um evento para Gramado, onde foi realizado um encontro nacional para 1.500 pessoas. (E1)

Estávamos cotando um congresso médico que não vai ser realizado em Caxias, que era para um pouco mais de 700 pessoas. Não conseguimos acomodar tudo. Caxias perdeu. (E5)

Outras narrativas apresentam um sinal de alerta: é necessário investir imediatamente em infraestrutura para eventos em Caxias do Sul, sob o risco de o município perder os poucos eventos que acontecem e não conseguir atrair novos, com a possibilidade de ficar competitivamente defasado em relação aos municípios vizinhos. Para recuperar a centralidade e tornar-se novamente competitiva no segmento de eventos, é notável que Caxias do Sul precise pensar em soluções. Uma das alternativas apresentadas como solução é a construção de um novo Centro de Eventos:

Acredito que tem que se buscar uma parceria. Se a iniciativa privada nesse momento não tiver interesse, talvez buscar algum Fundo de Investimento lá de fora. Mas alguma coisa tem que ser feita, por que se não mais uma vez nós vamos correr o risco de Caxias do Sul ficar fora do cenário de eventos, o que já está começando a acontecer. Agora mesmo nós vamos ter durante esse ano um Fórum Internacional de Administração que vai ser feito em Gramado. Por que Gramado? Pela estrutura, que é melhor do que hoje nós temos aqui. (E6)

Por essas razões, principalmente, é que o município tem encontrado dificuldade em concorrer na atração de eventos de médio e grande porte, perdendo-os para a Região das Hortênsias, especialmente Gramado, mais recentemente para Bento Gonçalves, ou então para Porto Alegre. Fazem-se necessários expressivos investimentos em infraestrutura não só para que Caxias do Sul mantenha os eventos que sedia, como é o caso da Mercopar e de outras poucas feiras que aqui são realizadas, sob pena de se transferirem para outras cidades, mas possa retomar a intenção de ser um destino competitivo para o turismo de eventos.(E3)

Necessitamos, com urgência, de um Centro de Eventos ou Centro de Feiras, adequado a receber feiras técnicas, eventos corporativos e outros eventos de médio e grande porte. (E3)

Nós precisamos de um centro de convenções e é uma carência muito forte aí de Caxias do Sul nesse sentido, mas nós precisamos de um projeto grande, de um anfiteatro, de um auditório, de um complexo para eventos e feiras para que ele possa comportar um número grande. (E6)

Porém, a existência de um centro de eventos, por si só, não resolve os problemas da cidade se ela não souber captar e receber eventos e atender os públicos de interesse em negócios. Sugere-

se que os profissionais ligados a organização de eventos participem da discussão de projetos juntamente com profissionais que entendam de negócios e tenham a dimensão do investimento. Outros entrevistados, no entanto, não veem a necessidade de grandes investimentos, tais como a construção de um centro de eventos. Para eles, o município deve promover melhorias sobre aquilo que já possui.

O Parque da Festa da Uva poderia estar muito mais qualificado para evento, tinha que estar acontecendo evento ali pelo menos um por mês, e eu acho que eles não têm esse uso do Parque. O parque não está sendo comercializado, talvez por uma infraestrutura que não atenda plenamente. Eu não imagino que o investimento ali para potencializar a área seja tão grande. Talvez (seja necessário) um espaço com salas para conferências, que os eventos sempre têm em paralelo. Me parece que o mais caro da infraestrutura, a não ser um auditório, eles têm. Dá para deixar aquele espaço num nível inclusive de concorrer com o exterior. (E9)

Tendo iniciativa do município, juntamente com a Festa da Uva e uma parceria, diria até com iniciativa privada - já que a gente vê que área pública também passa por um momento delicado financeiro -, eu acredito que ali sim tem que se pensar num grande projeto, mas um projeto que tem que pensar Caxias do Sul 20 anos à frente. (E6)

A sugestão de melhorias da infraestrutura existente como a possibilidade de construção de novos espaços denota que há um consenso sobre a necessidade de tomadas de iniciativas para melhorias para a promoção de eventos de negócio em Caxias do Sul. Essa posição evidencia novamente a necessidade do setor privado se aliar ao setor público em benefício da cidade.

Outra categoria importante foi ausência de infraestrutura, expressa nos meios de transporte e capacidade de hospedagem. A questão da infraestrutura diz respeito às estradas que dão acesso à Caxias do Sul. As rodovias apresentam adversidades e limitações como: estradas precárias, mal sinalizadas, trechos perigosos, trechos que necessitam de duplicação, não apenas pelo risco que oferecem aos usuários, mas pelo volume de trânsito em determinados trechos e horários, entre outras características. Alguns dos entrevistados dão destaque a essa situação, classificando as más condições das estradas um dos principais obstáculos para o desenvolvimento da atividade turística e econômica:

A carência mais perceptível está nos acessos à cidade, pelas rodovias, em estado deplorável, o que gera alguns gargalos e limitações em termos de mobilidade, refletindo-se na cidade e no seu entorno. (E3)

Como é que eu vou pegar o turista e levar para essas estradas de chão ruim, as nossas próprias estradas, que tem a ver com a questão do governo estadual, daqui para Bento [Gonçalves] é uma vergonha, a entrada de Caxias do Sul é uma vergonha. (E7)

A mobilidade interna e os meios de transporte disponíveis em Caxias do Sul são destacados por entrevistados, que relatam a falta de opções para quem chega à cidade pelo aeroporto ou pela rodoviária, bem como a má qualidade das opções disponíveis. A quantidade de táxis também é criticada pelos entrevistados, que afirmam que uma cidade do porte de Caxias do Sul deveria ter mais veículos disponíveis.

De Sá, F. C. V. & Heredia, V. B. M. (2019). Turismo e eventos de negócios: um estudo em Caxias do Sul-RS, Brasil. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(1), pp. 178-193, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p178>

A mobilidade em Caxias [do Sul] é muito complicada, com o Uber agora até melhorou um pouco, mas nós não conseguimos, por exemplo, sair da rodoviária e vir até a universidade, nós não conseguimos sair do aeroporto a não ser de táxi. Tem aquele micro-ônibus [táxi-lotação] que os carros já estão muito deteriorados. (E9)

Vamos considerar que Caxias é uma cidade com 500 mil habitantes e tinha 300 táxis... isso não existe, uma cidade que pretenda qualquer coisa além do seu umbigo, ela tem que ter táxi. [...] Santa Maria tinha 850 táxis. Então 300 táxis e nada... é nada. Com o Uber então agora facilitou, melhorou. (E9).

Considerando as narrativas acima expostas, os transportes em Caxias do Sul, tanto o aéreo como o terrestre, aparecem como dificuldades relacionadas à infraestrutura, mesmo que seja reconhecida a importância de dispor de um aeroporto e de ter voos regulares diários para o centro do país. As limitações do transporte são visíveis para o incremento do turismo que envolve negócios e eventos e necessita de uma política pública que decorre de investimentos públicos.

Com base nas experiências dos entrevistados, outro elemento aparece de forma positiva. É o registro que a rede hoteleira de Caxias do Sul é considerada boa ou razoável e está em expansão. A hospedagem não é considerada um problema, visto que outras cidades do município podem absorver uma possível demanda de Caxias do Sul. Entretanto, faz-se necessário prosseguir com a expansão no número de leitos disponíveis, levando em consideração a demanda de custo, número de leitos, qualidade, localização e outros.

O turismo de eventos de negócio é visto pelos entrevistados como uma das possíveis alternativas na qual Caxias do Sul poderia investir, justamente por conta dos diversificados empreendimentos industriais que estão estabelecidos no município. O fato de Caxias do Sul ser a maior força econômica da região não garante mais por si só que a cidade ocupe lugar central na promoção e realização de eventos, que por sua vez acabam acontecendo justamente em municípios com apelo e infraestrutura para receber turistas de todos os tipos. Os entrevistados argumentam que Caxias do Sul deve se desenvolver como uma cidade turística e pode incluir o turismo em sua matriz econômica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os relatos dos participantes dessa pesquisa sinalizam a necessidade de investimentos imediatos na área de eventos de negócio, independentemente se a intenção é promover o turismo ou não. Percebe-se que diversos eventos de prestígio deixaram de ser realizados em Caxias do Sul e buscam outras sedes. Os entrevistados acreditam na falta de estrutura para eventos como um dos principais fatores para que o município esteja em desvantagem competitiva em relação a outras cidades.

Os eventos de grande porte enfrentam problemas com os pavilhões da Festa da Uva, espaço que não apresenta condições técnicas adequadas para a realização de eventos nem dispõe de conforto para os visitantes. Quando se trata de eventos segmentados com público inferior a 500 participantes, há a possibilidade de realizá-los em hotéis de Caxias do Sul. Porém, mesmo nos

espaços disponibilizados pelos hotéis há limitações como a insuficiência de capacidade de fornecimento de alimentos, e o espaço reduzido, por exemplo.

Eventos que não cabem em um hotel e que não são tão grandes a ponto de serem promovidos nos pavilhões não encontram espaço em Caxias do Sul. Geralmente recorre-se a auditórios da Universidade de Caxias do Sul, cuja finalidade é acadêmica e não apresenta as condições ideais. Com isso, pode-se perceber que há um desinteresse por parte de Caxias do Sul no que diz respeito à promoção de eventos de negócio. Caso haja o interesse em desenvolver o potencial dessa atividade, possivelmente há muito trabalho a ser feito. Seja na construção de novos espaços ou na reforma daqueles já existentes, parece ser urgente tomar alguma providência.

Esse recorte de pesquisa abre espaço para outras indagações. Faz-se necessário determinar os potenciais que Caxias do Sul realmente apresenta no campo do turismo, bem como selecionar em quais desses potenciais deve-se investir. Embora o turismo de eventos de negócio possa desempenhar função dupla – favorecer a negociação industrial e atrair divisas para a cidade -, seu desenvolvimento somente é possível quando os atores desse cenário se conscientizarem do valor que essa atividade pode ter.

REFERÊNCIAS

- Amorim Filho, O. B & Serra, R. V. (2001) Evolução e perspectivas do papel das cidades médias no planejamento urbano e regional. In: Andrade, T. A. & Serra, R. V. **Cidades médias brasileiras**. Rio de Janeiro: IPEA.
- Andrade, J. V. (2001). **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática.
- Bardin, L. (2000). **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70.
- Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2017). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis-RJ: Vozes.
- Beni, M.C. (2008) **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac.
- Blehm, M. C. & Cabral, S. R. (2013). Eventos e suas complexidades. In: Ruschmann, D. M & Tomelin, C. (orgs.) **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. p. 285-306. Barueri, SP: Manole.
- Brasil. Ministério do Turismo (2010). Turismo de Negócios & Eventos: orientações básicas. Brasília. [Link](#)
- Britto, J. & Fontes, N. (2006). **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph.
- CIC – Câmara da Indústria, Comércio e Serviços De Caxias Do Sul (2017, out.). **Economia de Caxias volta a ficar no azul depois de 39 meses**. [Link](#)

De Sá, F. C. V. & Heredia, V. B. M. (2019). Turismo e eventos de negócios: um estudo em Caxias do Sul-RS, Brasil. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 178-193, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p178>

Heredia, V.B.M. (2007). **Simecs: 50 Anos**. Caxias do Sul: Belas Letras.

Heredia, V.B.M. (2014). **Simplás: A força da união vencendo desafios**. Caxias do Sul: Belas Letras.

Machado, M. A. (2001) **Construindo uma cidade: história de Caxias do Sul -1875/1950**. Caxias do Sul-RS: Maneco.

Martins, V. G. & Murad Jr., E. (2000) **Viagens Corporativas: saiba tudo sobre gestão, estratégias e desafios deste promissor segmento**. São Paulo: Aleph.

Matias, M. (2013). **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. Barueri-SP: Manole.

Mendonça, M.J.A. & Perozin, J.G.P.A. (2014). **Planejamento e organização de eventos**. São Paulo: Érica

Palhares, G. L & Panosso Netto, A. (2012). **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph.

Vargas, A.B. de. (2001). **Turismo de eventos e negócios: uma nova realidade econômica**. Taquara, RS: Faculdades de Taquara.