

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**

**FRANCISCO CARLOS VIEIRA DE SÁ**

**TURISMO DE EVENTOS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL: CONDIÇÕES E  
POSSIBILIDADES**

**CAXIAS DO SUL**

**2017**

**FRANCISCO CARLOS VIEIRA DE SÁ**

**TURISMO DE EVENTOS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL: CONDIÇÕES E  
POSSIBILIDADES**

Dissertação apresentada à Universidade de Caxias do Sul - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH) - como requisito básico para o título de Mestre em Turismo e Hospitalidade.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dra. Vania Beatriz Merlotti Herédia

**CAXIAS DO SUL**

**2017**

S111t Sá, Francisco Carlos Vieira de  
TURISMO DE EVENTOS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL :  
CONDIÇÕES E POSSIBILIDADES / Francisco Carlos Vieira de Sá. –  
2017.

108 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa  
de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2017.

Orientação: Vania Beatriz Merlotti Herédia.

1. Turismo. 2. Eventos. 3. Negócios. 4. Caxias do Sul. 5. Turismo de  
Eventos de Negócio. I. Herédia, Vania Beatriz Merlotti, orient. II.  
Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UCS com os dados  
fornecidos pelo(a) autor(a).

# **“Turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul: condições e possibilidades”**

Francisco Carlos Vieira de Sá

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 20 de dezembro de 2017.

## Banca Examinadora:

Profa. Dra. Vania Beatriz Merlotti Herédia (Orientadora)  
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César  
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Miriam de Oliveira Santos  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

## AGRADECIMENTOS

Para chegar à conclusão de uma dissertação de mestrado, muitos são os desafios. Felizmente, muitas foram as mãos que me auxiliaram nesse processo, de diversas formas.

Meu primeiro agradecimento é dedicado a Deus, que tornou possível a superação de diversos obstáculos e permitiu, de todas as formas, que eu chegasse até aqui.

Agradeço de forma especial minha orientadora, prof.<sup>a</sup> Vania Beatriz Merlotti Herédia. Muitas foram as vezes em que eu quis desistir, desacreditado e por vezes desiludido diante do meu próprio potencial, mas graças à minha orientadora consegui alcançar o objetivo maior de concluir este trabalho. Sou grato por que, em nenhum momento, passou pela cabeça dela a ideia de desistir. Sempre incentivou, sempre teve postura otimista e fez tudo o que foi possível por mim, quando eu mesmo já não tinha nem forças para lutar. Muito obrigado, prof.<sup>a</sup> Vania!

Dedico outro agradecimento à Thais Cristina Ramon, minha noiva. Foi ela quem precisou secar minhas lágrimas, me dar incentivo, puxar minha orelha e ouvir todas as minhas angústias e reclamações. Não fosse essa base forte, provavelmente não teria conseguido.

Meus agradecimentos a Lisete Alberici Oselame, Maria Lúcia Bettega, Valmir Francisco dos Santos, João Antonio Leidens, Emir Alves da Silva, Célia Marin e Daniela Luchese. A colaboração de cada um foi fundamental e enriquecedora para este trabalho de pesquisa.

Agradeço de um modo geral a todos os professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Obrigado por terem permitido meu ingresso no Mestrado em Turismo e Hospitalidade, por terem facilitado todo o processo desse curso de diversas formas e, principalmente, por todo o conhecimento e todas as experiências compartilhadas. Seguramente, saio desse processo não somente com o título de mestre, mas como um ser humano melhor.

Gratidão aos colegas de mestrado da turma 15. Tive o privilégio de estar em uma turma acolhedora e humana, que certamente representou um alento em meio a todas as dificuldades que enfrentei.

Por fim, agradeço também pelo suporte dado pelos meus amigos e familiares durante todo esse processo, por terem suportado minha ausência e meu mau humor e, principalmente, por fazerem de mim o que sou. Tudo o que faço leva a marca de cada um deles.

*Não to mandei eu? Sê forte e corajoso; não temas, nem te espantes; porque o Senhor teu Deus é contigo, por onde quer que andares.*

**Josué 1:9**

## RESUMO

Este trabalho tem o objetivo principal de conhecer desafios e possibilidades relacionados ao turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul/RS sob o ponto de vista de diversos atores desse cenário, tais como organizadores de eventos, representantes do setor público e da iniciativa privada. O estudo busca contribuir para a discussão sobre as possibilidades de uma nova matriz econômica para o município, na qual o turismo de negócios e eventos pode se inserir. Para atingir esse objetivo, optou-se por realizar um estudo de natureza qualitativa e exploratória. A formação do corpus se deu pela técnica de entrevistas individuais semiestruturadas. Foram levados em conta os seguintes critérios para a seleção de entrevistados: nove pessoas que atuam ou já atuaram em funções de liderança e gerenciamento em órgãos e empreendimentos públicos e privados de Caxias do Sul que tenham relação com o assunto, tais como: 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, Conselho Municipal do Turismo e organizadores de eventos de negócio de pequeno e grande porte. O corpus foi analisado pelo método de Análise de Conteúdo de Bardin (2000), que determina três fases para o tratamento das informações coletadas e a esquematização dessas informações em categorias. Seis categorias emergiram dessa análise: espaços para eventos, cultura do empresariado; condições de infraestrutura; responsabilidade entre o privado e o público e o novo turismo. Os relatos apontam que Caxias do Sul possui dificuldades relacionadas a espaços adequados para a realização de eventos. Também há limitações em relação a aspectos de infraestrutura da cidade, como no caso do aeroporto e das rodovias. A cultura do empresariado pode interferir de forma negativa na atividade devido ao desconhecimento do empresário da importância em investir em eventos e, conseqüentemente, no turismo. É de consenso da maior parte dos entrevistados que o poder público não sinaliza que irá investir no turismo como um todo nem pretende assumir a liderança diante das necessidades existentes, de modo que se faz necessária a união de todos os atores desse cenário. Por fim, diversas possibilidades de mudança nesse setor foram sugeridas, desde a exploração de aspectos naturais da cidade até a realização frequente de eventos segmentados, passando pela construção de um novo centro de eventos e de um novo aeroporto. Foram apontadas desde pequenas ações até grandes empreendimentos como sugestões para desenvolver o turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul.

**Palavras-chave:** Turismo. Eventos. Negócios. Caxias do Sul. Turismo de Eventos de Negócio.

## ABSTRACT

This work has as main objective to know the challenges and possibilities related to tourism of business events in Caxias do Sul / RS under the point of view of several actors of this scenario, such as event organizers, representatives of the public sector and private initiative. The study seeks to contribute to the discussion about the possibilities of a new economic matrix for the municipality, in which business tourism and events can be inserted. In order to reach this objective, a qualitative and exploratory study was chosen. The formation of the corpus was based on the technique of semi-structured individual interviews. The following criteria were used for the selection of interviewees: nine people who work or have already served in leadership and management roles in public and private entities and enterprises in Caxias do Sul that have a bearing on the subject, such as: Tourism, Trade Union of Hotels, Restaurants, Bars and Similar of Caxias do Sul, Chamber of Industry, Commerce and Services of Caxias do Sul, University of Caxias do Sul, Municipal Tourism Council and organizers of small and large business events. The corpus was analyzed by Bardin's Content Analysis method (2000), which determines three phases for the treatment of the information collected and the schematization of this information into categories. Six categories emerged from this analysis: spaces for events, entrepreneurship culture; infrastructure conditions; responsibility between private and public and new tourism. The reports indicate that Caxias do Sul has difficulties related to spaces suitable for holding events. There are also limitations on aspects of city infrastructure, such as in the case of the airport and the highways. The culture of the business can interfere in a negative way in the activity due to the ignorance of the entrepreneur of the importance in investing in events and, consequently, in the tourism. It is agreed by most of the interviewees that the public power does not signal that it will invest in tourism as a whole nor intend to take the lead in the face of existing needs, so that it is necessary to unite all actors in this scenario. Finally, several possibilities for change in this sector were suggested, from the exploration of natural aspects of the city to the frequent realization of segmented events, through the construction of a new event center and a new airport. They were pointed from small actions to large enterprises as suggestions to develop business tourism and events in Caxias do Sul.

**Keywords:** Tourism. Events. Business. Caxias do Sul. Tourism of Business Events.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA DE PESQUISA .....</b>	<b>17</b>
3.1	FORMAÇÃO DO CORPUS.....	17
3.2	TÉCNICA DE PESQUISA: ENTREVISTAS INDIVIDUAIS.....	19
3.3	MÉTODO: ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	20
3.4	LOCAL DE ESTUDO: A CIDADE DE CAXIAS DO SUL.....	22
<b>4</b>	<b>TURISMO E EVENTOS DE NEGÓCIO: PREMISSAS BÁSICAS.....</b>	<b>24</b>
4.1	TURISMO, EVENTOS E NEGÓCIOS: UM ENTRELACE CONCEITUAL.....	25
4.2	TURISMO DE EVENTOS DE NEGÓCIO: PÚBLICOS E ELEMENTOS.....	37
<b>5</b>	<b>CAXIAS DO SUL, DOS EVENTOS E DOS NEGÓCIOS.....</b>	<b>42</b>
5.1	EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS FEIRAS AGROINDUSTRIAIS DE CAXIAS DO SUL.....	42
5.2	CONDIÇÕES ATUAIS DOS EVENTOS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL .....	47
5.3	ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS DE CAXIAS DO SUL.....	49
<b>5.3.1</b>	<b>Infraestrutura.....</b>	<b>50</b>
5.3.1.1	<i>Transportes.....</i>	<i>50</i>
5.3.1.2	<i>Serviços básicos.....</i>	<i>52</i>
5.3.1.3	<i>Segurança social básica.....</i>	<i>53</i>
5.3.1.4	<i>Educação.....</i>	<i>53</i>
5.3.1.5	<i>Saúde.....</i>	<i>55</i>
<b>5.3.2</b>	<b>Superestrutura.....</b>	<b>56</b>
<b>6</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>58</b>
6.1	ESPAÇOS PARA EVENTOS.....	58
6.2	CULTURA DO EMPRESARIADO.....	68

6.3	CONDIÇÕES DE INFRAESTRUTURA.....	70
6.4	RESPONSABILIDADES ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO.....	76
6.5	NOVO TURISMO.....	85
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS DA PESQUISA.....</b>	<b>96</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>102</b>
	<b>APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....</b>	<b>108</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi concebida e desenvolvida durante uma fase de crise econômica brasileira. Considera-se crise o “desequilíbrio momentâneo do estado de coisas de um sistema” (BOULLÓN; MOLINA E; RODRIGUEZ WOOG, 2004, p.14). O desequilíbrio econômico que o Brasil enfrenta teve início no segundo trimestre de 2014 e se estende até os dias atuais (CODACE, 2015, p. 1). Diversos indicadores apontam para as consequências dessa realidade. O produto per capita<sup>1</sup>, por exemplo, teve uma redução de 9% entre 2014 e 2016 (BARBOSA FILHO, 2017). O desemprego chegou a atingir 13,8% da população no primeiro trimestre de 2017 (IBGE, 2017).

A situação do município de Caxias do Sul não é diferente. Conforme informações divulgadas pela Câmara da Indústria, Comércio e Serviços (CIC, 2017a), houve uma redução de mais de 23 mil vagas de emprego entre 2013 e setembro de 2017. Somente no segmento industrial, mais de 15 mil vagas deixaram de existir. O desempenho econômico do município tem demonstrado sinais de recuperação, mas ainda apresenta números preocupantes.

Entretanto, sempre que se trata de crise, fala-se também em mudanças. De acordo com Boullón, Molina E. e Rodriguez Woog (2004, p. 25-26), as crises são cíclicas e podem ser, ao mesmo tempo, permanentes e variáveis. Com a ocorrência de profundas crises o homem mobiliza sua capacidade criadora e desenvolve soluções que possibilitam diversos avanços para a humanidade como um todo. Conforme os autores, o aspecto negativo das crises surge quando o homem adota uma postura de resignação diante delas e não age para mudar sua situação.

No caso de Caxias do Sul, muito tem se falado sobre a necessidade de uma nova matriz econômica, que abra espaços para novos negócios e traga perspectivas distintas da que tem adotado até então. Uma das possibilidades levantadas está relacionada ao desenvolvimento da atividade turística no município. Desde 2014, quando a crise econômica dava seus primeiros sinais, associações relevantes no município, tais como a Câmara da Indústria e Comércio (CIC) já vislumbravam a possibilidade de desenvolver o turismo na cidade, aproveitando as estruturas e os potenciais existentes. Conforme Heinen (2014), mesmo que a base econômica de

---

<sup>1</sup> Obtém-se o Produto Per Capita dividindo o Produto Interno Bruto pelo número estimado da população de uma localidade

Caxias do Sul não tenha o turismo como base, é possível incentivar a atividade e criar (ou melhorar) atrativos.

Essa mobilização confirma a posição de Britto e Fontes (2006, p. 79), que argumentam que “Quando algum município desperta para a sua vocação turística, fatalmente está defasado em sua economia e socialmente instável”. As autoras consideram essa mobilização uma atitude positiva, visto que o turismo costuma gerar empregos e provocar o desenvolvimento de novas estruturas na cidade para atender os visitantes. Para isso, busca-se desenvolver atrativos turísticos, com base em aspectos naturais, culturais, históricos e/ou outros.

Dessa forma, este estudo foi pensado e proposto com a intenção de investigar possibilidades para o turismo em Caxias do Sul. Ao levar em consideração a complexidade do turismo e as múltiplas faces da atividade, bem como os diversos tipos de atrativos e públicos envolvidos, optou-se por analisar o turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul. A escolha desse enfoque se dá pelo fato de o município conviver com a promoção de eventos com finalidade de negócios desde o princípio de sua história. Entretanto, pretende-se, a partir desse tipo de turismo conhecer outras possibilidades que o município possa desenvolver e, principalmente, conhecer a posição de agentes sociais sobre esse assunto, identificando as principais dificuldades que o município enfrenta para estimular eventos de negócio e receber públicos derivados dessa demanda.

O estudo tem o objetivo de conhecer desafios e possibilidades relacionados ao turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul sob o ponto de vista de diversos atores desse cenário, tais como organizadores de eventos, representantes do setor público e da iniciativa privada.

Para atender a esse objetivo geral, alguns objetivos específicos foram estabelecidos:

- a) discutir conceitos teóricos sobre turismo, eventos e eventos de negócio, a fim de selecionar e reunir aspectos semelhantes entre pontos de vista diferentes que sirvam como norteadores para esta pesquisa;
- b) analisar a evolução da história da cidade e localizar a influência da promoção de eventos no desenvolvimento do município;
- c) verificar se os dados socioeconômicos atuais de Caxias do Sul condizem com as condições ideais para o desenvolvimento do turismo;

d) identificar as condições que a cidade oferece para o turismo de eventos de negócio por meio da análise dos discursos dos atores do cenário político e turístico da cidade;

e) refletir sobre as atuais condições do turismo de eventos de negócio, bem como as ações que podem ser tomadas para a melhoria desse cenário.

Com isso, esta pesquisa pretende apontar dificuldades, vantagens e potenciais turísticos que Caxias do Sul pode desenvolver. O trabalho será norteado pela seguinte questão-problema: **que fatores podem ser desenvolvidos em Caxias do Sul para a consolidação do turismo de eventos de negócio?**

Para tentar atingir os objetivos propostos, o trabalho de pesquisa está estruturado da seguinte maneira: o capítulo seguinte apresenta os motivos pelos quais o tema foi escolhido. Na sequência, apresenta-se o caminho metodológico utilizado nesta pesquisa. O capítulo posterior reúne uma discussão teórica acerca dos conceitos de turismo, eventos e eventos de negócio. O quinto capítulo apresenta um breve histórico da realização de eventos de negócio em Caxias do Sul, seguido por dados socioeconômicos atuais. A análise do corpus é apresentada no capítulo seguinte. As considerações finais da pesquisa e as referências bibliográficas concluem este trabalho.

## 2 JUSTIFICATIVA

Para entender o motivo pelo qual este estudo foi desenvolvido, faz-se necessário compreender o conceito de cidade e a sua importância para o turismo de eventos de negócio.

García Canclini (1997) utiliza a definição da escola de Chicago (que tem uma longa tradição em estudos urbanos), que diz que as cidades podem ser analisadas por critérios geográfico-espaciais. Para ele, Wirth, um dos autores dessa escola, entende a cidade “como a localização permanente relativamente extensa e densa de indivíduos socialmente heterogêneos” (1997, p.70). A crítica a essa escola é não incluir as questões históricas que influenciaram a construção dessas estruturas urbanas. Entretanto, García Canclini (1997) estabelece nessa tipologia aquelas cidades que são resultado do desenvolvimento industrial e, conseqüentemente, marcadas pelo viés capitalista desse processo. O autor afirma que essas cidades são marcadas pela racionalização da vida social e as organizam de modo eficaz (1997, p.71).

Esse fator, por si só, pode representar duas diferentes situações. Por um lado, uma cidade industrial pode contar com aspectos como a cultura do trabalho, a possibilidade da diversificação que está presente na história produtiva, a capacidade de empreender e de transformar situações de dificuldades. Por outro lado, uma cidade desenvolvida de forma marcadamente racional pode excluir ou desconsiderar necessidades diferentes daquelas relacionadas à produção. Por isso, costuma ser comum que cidades industriais não invistam em áreas como cultura, eventos, lazer, gastronomia ou mesmo turismo, já que suas bases econômicas estão solidificadas na indústria.

Raramente as características e limitações de uma cidade industrial fazem parte da realidade dos municípios de grande porte. As grandes cidades costumam ser diversificadas, com potenciais ampliados e características distintas. Porém, é possível identificar diversas cidades médias que se encaixam no contexto de cidade industrial – racional, com razoável qualidade de vida, mas distante de aspectos como lazer e turismo.

Nesse raciocínio, é possível classificar Caxias do Sul como uma cidade média. Essa afirmação tem base no conceito de Santos (1994, apud AMORIM FILHO, SERRA, 2001, p.3) quando postula que as cidades médias têm sido

classificadas pelo tamanho demográfico, mesmo não existindo um denominador comum entre geógrafos, economistas, sociólogos e históricos. Para o autor, deve-se considerar “o limite inferior para as cidades médias em 100 mil habitantes, justificando-o em termos do nível de complexidade da divisão do trabalho, ou seja, pela diversificação de bens e serviços ofertados localmente.” Outro aspecto importante para a pesquisa é a visão que esse autor estabelece acerca das cidades médias no sentido de ressaltar as funções que exercem “em centros de porte médio no interior do sistema urbano”.

A questão que surge acerca do turismo de eventos de negócio é que em centros metropolitanos é mais comum encontrar uma logística disponível para a realização de eventos de negócio. Questiona-se se as cidades menores apresentam as mesmas condições quanto à oferta de infraestrutura e de condições para eventos.

Para Amorim Filho e Serra (2001, p.5), na década de 70 do século XX,

os temas das médias e pequenas cidades, bem como o dos espaços reurbanizadores e rurais propriamente ditos, inserem-se na tendência (e na necessidade) maior de promoverem uma descentralização e uma desconcentração das grandes massas humanas.

Nesse sentido, as cidades industriais que apresentam a necessidade de promover eventos de negócio e que não se localizam em regiões metropolitanas precisam desenvolver atributos para viabilizar a atividade, bem como para gerenciar a conseqüente demanda turística.

Caxias do Sul é um município de médio porte que tem uma história voltada para sua vocação industrial. Ainda que tenha uma relação histórica com eventos de negócio e esteja inserida em uma região turística relevante (Serra Gaúcha), a cidade não conseguiu até o momento ampliar sua capacidade de atração e recepção turística.

Nesse caso, abordar o turismo relacionado a eventos de negócio e coletar narrativas de alguns dos agentes sociais envolvidos com o tema permite o conhecimento da percepção desses agentes acerca da própria cidade, além de levantar questões como a cultura empresarial, potenciais, pontos fortes e fracos e outras características. Essas questões, por sua vez, podem permitir o aprofundamento de diversas outras discussões que envolvem o desenvolvimento do

turismo em Caxias do Sul, assunto que tem sido discutido à medida em que a crise econômica perdura na cidade.

Os argumentos apresentados despertam o interesse inicial no tema estudado e justificam todo o desdobramento dessa pesquisa.

### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

A realização de uma pesquisa requer métodos para o alcance dos objetivos determinados. O método, de acordo com Cervo e Bervian (apud ANDRADE; MARTINS, 2010, p. 118), é a “ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim dado ou um resultado desejado”.

Para atingir os objetivos traçados, este estudo é exploratório e de natureza qualitativa. Conforme Gil (2002, p. 41), o objetivo de uma pesquisa exploratória é o de proporcionar familiaridade com os problemas para torná-los mais explícitos, formular hipóteses, aprimorar ideias ou descobrir intuições. A pesquisa exploratória permite um planejamento flexível o suficiente a ponto de considerar os mais variados e diferentes aspectos relacionados com o fato estudado. Os métodos qualitativos, por sua vez, correspondem à um “entendimento profundo de certos fenômenos”, possibilitando “um maior relacionamento e flexibilidade na exploração dos dados” e alcançando “uma maior riqueza de detalhes” (MELLO, 2014, p. 64).

Os segmentos a seguir indicam como o corpus da pesquisa foi constituído, a técnica de pesquisa selecionada, o método de análise de resultados e uma breve introdução sobre o local de estudos.

#### 3.1 FORMAÇÃO DO CORPUS

A realização de uma pesquisa geralmente implica na constituição de um corpus. De acordo com Bardin (2000, p. 96 e 97), o corpus é o “conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. A sua constituição implica, muitas vezes, escolhas, seleções e regras”.

O método de análise de conteúdo foi o escolhido e segundo Bardin (2000, p.97-98) deve-se levar em conta os seguintes critérios:

- a) a exaustividade, ou seja uma vez definido o corpus, deve-se esgotar a totalidade da comunicação, não omitir nada;
- b) representatividade, ou seja a amostra deve representar o universo;
- c) homogeneidade: “os dados devem referir-se ao mesmo tema, serem obtidos por técnicas iguais e colhidos por indivíduos semelhantes” (BARDIN, 2000, p. 98). No caso de uma entrevista, seguiu-se a recomendação que seja aplicado o mesmo questionário a todos os

participantes e que o entrevistador seja o mesmo, assim como os instrumentos para registro de informações;

d) pertinência: os documentos precisam adaptar-se ao conteúdo e objetivo da pesquisa.

Geralmente as pesquisas exploratórias envolvem levantamento bibliográfico, análise de exemplos ou entrevistas com pessoas envolvidas. Para esta pesquisa, a coleta de dados se deu por meio de entrevistas individuais. A fim de analisar as condições e responsabilidades do turismo de eventos de negócio em Caxias do Sul, foram entrevistados representantes de alguns órgãos públicos e privados envolvidos com o tema do trabalho.

Foram levados em conta os seguintes critérios para a seleção de entrevistados: nove pessoas que atuam ou já atuaram em funções de liderança e gerenciamento em órgãos e empreendimentos públicos e privados de Caxias do Sul que tenham relação com o assunto, tais como 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, Conselho Municipal do Turismo e organizadores de eventos de negócio de pequeno e grande porte. Para participar dessa pesquisa, todos os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo I).

Conforme acordado, o nome desses entrevistados não foi divulgado ou publicado neste trabalho. Os discursos coletados estão identificados apenas como entrevistado 1, entrevistado 2 e assim sucessivamente. Dos nove participantes da pesquisa, há cinco mulheres e quatro homens, todos com idade entre 40 e 70 anos.

O número de entrevistados definido vai ao encontro do que defende Gaskell (2003): “há um limite máximo ao número de entrevistas que é necessário fazer, e é possível de analisar”. Conforme o autor, esse limite tem relação com o fato de que as visões pela realidade são em número limitado, pois embora sejam individuais, são resultados de processos sociais. Além disso, um número maior de indivíduos geraria dificuldade na análise qualitativa das narrativas.

Com a seleção dos entrevistados que possuem experiência em organização de feiras e eventos, foi possível atender aos objetivos da pesquisa e analisar as percepções de cada entrevistado por meio de suas narrativas acerca do tema em estudo.

### 3.2 TÉCNICA DE PESQUISA: ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

A técnica de entrevistas individuais é frequentemente utilizada por pesquisadores das ciências humanas e sociais. De acordo com Gaskell (2003, p. 64 e 65), as entrevistas possibilitam a compreensão de um assunto em maior profundidade, permitindo que surjam intuições, resultados, surpresas e informações valiosas que melhorem o entendimento a respeito do tema trabalhado.

Segundo Gaskell (2003 p. 82) o entrevistador deve preparar a entrevista que abranja os temas centrais de sua pesquisa, iniciá-la com comentários e questionamentos introdutórios e finalizá-la deixando o espaço livre para que o entrevistado fique à vontade.

Desse modo, algumas das perguntas centrais fizeram parte desse processo:

- a) Segundo sua trajetória profissional e seu envolvimento com os assuntos Turismo e/ou Eventos de Negócio, como você vê a infraestrutura do município de Caxias do Sul para a realização de eventos de negócio?
- b) No Plano Municipal de Turismo de Caxias do Sul (aprovado em 2013) consta que o turismo de eventos de negócio é uma atividade já consolidada no município. Qual o seu posicionamento sobre isso?
- c) Nesse momento, quais são as vantagens que o turismo de eventos de negócio podem proporcionar à cidade?
- d) Que elementos precisam ser melhorados em Caxias do Sul para que o turismo de eventos de negócio seja bem-sucedido?
- e) Você enfrenta ou enfrentou obstáculos em sua atividade profissional relacionada a turismo, eventos e eventos de negócio? Se sim, quais?
- f) Em sua opinião, a quem cabe implementar as melhorias necessárias?
- g) Deseja comentar mais alguma coisa a respeito?

Houve a realização de um questionário piloto, a fim de verificar a necessidade de ajustes ao roteiro das questões com a finalidade de aproximar o questionamento do tema. Como não houve a necessidade de alterações, as mesmas perguntas foram aplicadas aos demais entrevistados.

Dentre os tipos de entrevista existentes, optou-se pela semiestruturada. De acordo com Rosa e Arnoldi (2014, p.30), a entrevista semiestruturada permite que o entrevistado “discorra e verbalize seus pensamentos, tendências e reflexões sobre os temas apresentados”. Os resultados são profundos e subjetivos e “dizem respeito

a uma avaliação de crenças, sentimentos, valores, atitudes, razões e motivos acompanhados de fatos e comportamentos” (ROSA; ARNOLDI, 2014, p. 31). Logo, as questões foram pensadas com o objetivo de evocar a expressão dos modos de pensar e de agir dos entrevistados em relação ao tema, o que atende as necessidades desse trabalho de pesquisa.

### 3.3 MÉTODO: ANÁLISE DE CONTEÚDO

Após a formação do corpus e a transcrição da fala dos entrevistados, os dados coletados serão analisados. Para isso, foi empregada a análise de conteúdo de Bardin (2000).

Para a autora (2000, p. 31), a análise de conteúdo não tem uma fórmula pronta aplicável a todo o tipo de pesquisa, mas apresenta algumas regras de base. Essa análise precisa ser adequada aos objetivos pretendidos e ser reinventada a cada momento. O campo de aplicação desse método é vasto, visto que “qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo” (BARDIN, 2000, p. 32).

A análise de conteúdo pode ser definida como

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo, todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas, que embora parciais, são complementares. Esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens). O analista possui à sua disposição (ou cria) todo um jogo de operações analíticas, mais ou menos adaptadas à natureza do material e à questão que procura resolver. Pode utilizar uma ou várias operações, em complementaridade, de modo a enriquecer os resultados, ou aumentar a sua validade, aspirando assim a uma interpretação final fundamentada. (BARDIN, 2000, p. 42)

Bardin (2000, p. 95) indica que a utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados - a inferência e a interpretação.

A fase da pré-análise é o momento que o pesquisador toma conhecimento das narrativas dos entrevistados e começa um processo de análise na organização dos dados. Conforme Bardin (2000, p. 96), o objetivo da pré-análise é organizar as informações para que haja uma exploração sistemática dos dados posteriormente. A autora propõe que a pré-análise siga alguns passos.

O primeiro desses passos é a leitura flutuante, denominada pela autora como a fase de organização de dados, ou seja, o primeiro contato com os documentos que serão submetidos à análise, a escolha deles, a formulação das hipóteses e objetivos, a elaboração dos indicadores que orientarão a interpretação e a preparação formal do material. Nessa fase, deve-se deixar levar pelas impressões iniciais, que mais tarde gerarão as categorias.

Na sequência, recomenda-se a escolha dos documentos. Nesse caso, a análise se deu sobre o corpus dessa pesquisa, já explicado anteriormente.

Para finalizar a pré-análise, há a formulação das hipóteses e dos objetivos. É o momento em que o pesquisador deve levantar hipóteses e objetivos iniciais com base na leitura flutuante. A referenciação de índices e elaboração de indicadores ocorre nessa fase. Um exemplo, conforme Bardin, é a menção explícita de um termo numa mensagem. Quando o índice “parte do princípio, de que este tema possui tanto mais importância para o locutor, quanto mais frequentemente é repetido (caso da análise sistemática quantitativa)”, o indicador a ser utilizado será a frequência quantitativa em que esse termo é citado pelo entrevistado. (BARDIN, 2000, p. 100). Logo após é feita a preparação do material: Após a criação dos indicadores, o material precisa ser editado formalmente.

Neste trabalho, as entrevistas foram gravadas em áudio, de modo que não se perdesse nenhuma informação. As falas foram transcritas integralmente. Após a transcrição, houve a pré-análise de cada uma das entrevistas realizadas, conforme as orientações acima citadas. De cada uma das entrevistas foram extraídas as ideias principais. Num segundo momento, essas ideias sustentaram a criação das categorias analíticas. Essas categorias foram organizadas pelos discursos dos entrevistados.

A segunda fase é caracterizada pela exploração do material. De acordo com Bardin (2000, p. 101), sendo a fase de pré-análise bem-sucedida, a fase de exploração em si não passa de um processo de administração sistemática e mecânica dos resultados. É uma fase de codificação e enumeração de resultados. Desse modo, as categorias semelhantes que constam em cada entrevista individual foram todas agrupadas, juntamente com os trechos de fala selecionados.

As categorias foram criadas, portanto, com base nos discursos coletados. Não houve uma tentativa de categorização antes da realização das entrevistas. A categorização ocorreu após a primeira fase de análise. O objetivo foi o de abranger novas informações que foram coletadas nas entrevistas. Assim, novos elementos foram explorados, além daqueles já levantados na discussão teórica do trabalho. As categorias sintetizam as entrevistas. 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.

O tratamento dos resultados – inferência e interpretação - ocorre na terceira fase. Conforme Bardin (2000, p. 101), os dados brutos são tratados e apresentados de tal forma que se apresentem como significativos. Partindo-se dos recortes de fala ainda brutos e agrupados na segunda fase, houve um processo de interpretação geral das falas por categoria, remetendo diretamente ao referencial teórico.

### 3.4. LOCAL DE ESTUDO: A CIDADE DE CAXIAS DO SUL

A cidade de Caxias do Sul é local do objeto de estudo. Essa cidade, que tem mais de um século de existência, teve sua ocupação inicial associada à história da imigração italiana no Sul do país, devido à política de colonização e imigração do governo imperial ainda no século XIX. A história de Caxias do Sul demonstra que essa cidade passou por vários ciclos econômicos e tornou-se um dos principais polos industriais do país após a segunda metade do século XX, quando a indústria deixou de ter características de perfil tradicional e passou para o perfil dinâmico e moderno. Nessa linha, os estudos de Amorim Filho e Serra (2001) são adequados quando os autores qualificam as cidades médias como locais que se caracterizam como centros funcionais “e uma periferia dinâmica, evoluindo segundo um modelo parecido como o das grandes cidades” (2001, p.9). Outro atributo definido pelos autores são que as cidades médias podem oferecer “um leque bastante largo de

bens e serviços ao espaço microrregional a elas ligado” (2001, p.9), o que poderia ser um aspecto positivo para o turismo de eventos de negócio.

#### 4 TURISMO E EVENTOS DE NEGÓCIO: PREMISSAS BÁSICAS

O turismo e os eventos, enquanto áreas de estudo e atividades sociais, são temas próximos e que apresentam diversos pontos em comum. O principal desses pontos é o fato de terem a pessoa humana como o centro e a essência de ambas as atividades. Conforme Vargas (2001, p. 15), faz 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, fazer novos negócios. Essas mesmas necessidades humanas, geradoras da atividade turística, proporcionam a promoção constante de eventos (BLEHM; CABRAL, 2013, p 286).

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 vão auxiliar no desenvolvimento daquela comunidade (VARGAS, 2001, p. 15), além de proporcionar trocas imateriais entre receptores e visitantes (ANDRADE, 2000, p. 20).

Por esse motivo, não se pode perder de vista o aspecto humano no estudo do turismo, que existe por causa das motivações dos viajantes e não “a partir dos recursos dos meios de hospedagem e dos equipamentos de lazer e entretenimento” (ANDRADE, 2000, p. 26). Justamente por esse motivo, o estudo do fenômeno turístico passa por “métodos e sistemáticas da sociologia, da história, da geografia, da economia e da política, com o auxílio indispensável e permanente da psicologia, da comunicação humana e social e da administração (ANDRADE, 2000, p. 38).

O estudo dos eventos, por outro lado, quase sempre é norteado por conceitos e sistemáticas da Comunicação Social, mais especificamente das Relações Públicas. Para a área de Comunicação o evento é uma importante ferramenta de aproximação de públicos, e como tal deve ser planejada e executada mediante normas e princípios básicos.

Porém, nem todos os participantes de um evento são turistas. Da mesma forma, nem todos os turistas são motivados por eventos. As proximidades e

diferenças entre as áreas serão discutidas neste capítulo, cujo objetivo é realizar uma discussão teórica entre diversos conceitos e visões, a fim de encontrar pontos em comum que norteiem a pesquisa.

#### 4.1 TURISMO, EVENTOS E NEGÓCIOS: UM ENTRELACE CONCEITUAL

O termo 'turismo' pode ser associado com diversos significados 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).

Andrade (2000, p. 9 e 10) vê o turismo como um fenômeno social que já acontece há bastante tempo, antes mesmo do termo existir. Para o autor, o desenvolvimento dessa atividade começou a acontecer quando surgiu a necessidade de estabelecer "critérios e normas para preservar a economia e proteger os cidadãos que viajavam" (2000, p.10). Desde então o turismo tem sido investigado e estudado, em especial no sentido de determinar seu conceito e delimitar seu campo de pesquisa.

Por interferir na sociedade de diversas maneiras, torna-se difícil adotar uma definição que dê conta de todos os aspectos que envolvem o turismo. A ausência de definições claras para delimitar a atividade turística e a distinguir de outros setores é uma realidade comum para os pesquisadores. Deve-se levar em conta que "O turismo é fenômeno recente como objeto de estudos, embora antigo como fato socioeconômico e político-cultural" (ANDRADE, 2000, p. 32).

No entanto, mesmo que haja essa problematização, os cursos de turismo têm avançado no aparato conceitual, ainda que existam muitas especificidades e variações. Trigo, por exemplo, afirma que "O turismo faz parte de um universo maior denominado lazer" (2002, p. 11), um conceito que associa diretamente a atividade turística à férias e diversão.

Para Palhares e Panosso Netto (2012, p. 92), é comum definir o turismo utilizando termos como viagem, descanso, lazer e prazer, fuga da realidade, geração

de emprego e renda, difusão de cultura, soma dos fenômenos resultantes das viagens, deslocamento para fora do lugar habitual de residência e atividade econômica. Ainda assim, não se consegue expressar toda a complexidade do turismo.

Já Lickorish e Jenkins (2000, p. 9) descrevem o turismo como uma atividade multifacetada, por requerer dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental. Para eles, a dificuldade em definir o turismo é séria e contínua, por conta da natureza heterogênea da atividade. Por mais que existam instrumentos que tentem medir a interferência do turismo, não existem definições universalmente aceitas. Logo, “a maioria dos escritores acadêmicos tende a adaptar suas definições para melhor atender aos seus objetivos” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 10). Esses autores trabalham com um conceito aberto, afirmando que há aspectos explícitos associados ao turismo:

Por exemplo, o turismo implica uma pessoa em viagem: a viagem pode ser de menos de um dia (viajante de um dia); pode ser uma viagem dentro das fronteiras nacionais, constituindo, assim, uma viagem de turismo doméstico; ou pode ser uma viagem atravessando fronteiras internacionais, sendo classificadas como uma viagem de turismo internacional. [...] No entanto, não é apenas a natureza da viagem que compõe o turismo, mas também o objetivo da viagem que, grosso modo, **pode ser de lazer ou de negócios** (grifo nosso). (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 10).

A Organização Mundial do Turismo - OMT (2001, p. 35), por sua vez, afirma não existir definição correta ou incorreta, já que “todas contribuem de alguma maneira para aprofundar o entendimento de turismo”. Ao mesmo tempo, a OMT costuma estabelecer conceitos norteadores, como o seguinte, definido em 2001: “o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros” (OMT, 2001, p. 3).

Entretanto, deve-se lembrar que o objetivo da Organização Mundial de Turismo não é o de “apresentar definições conceituais [...] mas é o de elaborar definições normativas aplicáveis para a obtenção de dados estatísticos que deem conta da incidência do fenômeno do turismo nos diversos países e no mundo em geral” (PAKMAN, 2014, p. 19). Andrade (2000, p.23), por sua vez, afirma ser leviandade aceitar conceitos de organismos internacionais de forma generalizada e

sem uma análise crítica, devido às inúmeras realidades e culturas existentes no mundo

Logo, percebe-se que a discussão conceitual está longe de alcançar um consenso. Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 24), por exemplo, veem dificuldade em coletar informações, descrever fenômenos e fazer análises do Turismo pelo fato de haver tantas definições para “Turismo” e “Turista”. Para eles, grande parte das definições disponíveis são limitadas à parâmetros como distância viajada, quantidade de tempo de estada e propósito da viagem.

Andrade (2000, p. 11), por sua vez, vê que a maioria dos conceitos de turismo existentes são viciados, pois a maioria dos investigadores prefere definir a atividade com base unicamente em aspectos como a permanência dos viajantes fora de casa. Também é comum associar o turista como alguém que busca lazer e divertimento no tempo livre, quando na verdade nem sempre é necessário viajar para alcançar esse objetivo. Andrade argumenta ainda que “o turismo nasce de um conjunto de atividades de natureza heterogênea que impedem a constituição de ciência autônoma e de técnicas específicas independentes. Não dispõe de ordenamento disciplinado e rígido, nem de metodologia própria”.

Ao contrário de Andrade, Beni (2008, p. 37-39) considera a existência de cada um dos diferentes conceitos como relevante para refletir sobre a amplitude e a extensão do turismo. De acordo com o autor, a variedade de conceitos está justificada no “fato de o Turismo encontrar-se ligado, praticamente, a quase todos os setores da atividade social humana” (2008, p. 39). Porém, discutir qual dos conceitos existentes é o correto ou o incorreto leva a discussões desnecessárias que, de acordo com Beni, evidenciam ainda mais as limitações conceituais a respeito do fenômeno. O autor argumenta que cada conceito é válido enquanto se circunscreve ao campo em que é estudado.

Diante desse quadro, seleciona-se o seguinte conceito de turismo de Beni para nortear esta pesquisa:

[...] um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 2008, p. 37).

Essa definição aparenta ser a que melhor se encaixa aos objetivos deste trabalho, embora seja passível de discussão e reformulação. Trata-se de um conceito aberto e abrangente, absorvendo a maioria dos tipos de viagens que se conhece. Esse conceito tem como foco o processo de decisão do turista, mas também leva em consideração a localidade receptora de turismo, local onde o turista vai satisfazer as suas necessidades e que precisa preparar-se para tal. Deve-se considerar que o objetivo dessa pesquisa é o de conhecer e analisar justamente os discursos de quem participa do cenário turístico de Caxias do Sul e, como tal, se empenha (ainda que indiretamente) na recepção e atendimento da demanda de turistas de eventos de negócios.

Por turista, 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 (grifo nosso)** (ANDRADE, 2000, p. 43).

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. Essa associação de turismo com lazer está em consonância com definições de turismo como a de Trigo, apresentada anteriormente neste trabalho.

Por outro lado, Vargas (2001, p. 81) acredita que existe uma tendência mundial de “aliar a atividade profissional ao prazer de viajar, conhecendo lugares novos”. Britto e Fontes (2006) também defendem essa ideia ao afirmarem que o atual padrão de trabalho faz com que o profissional pretenda “aliar cada vez mais seu pouco tempo livre com o desempenho profissional e seus desdobramentos”.

Andrade, 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. (2000, p. 74). Entretanto, o mesmo autor defende a ideia de que os viajantes de negócio irão utilizar os mesmos estabelecimentos e serviços que qualquer outro turista (2000, p. 19), inclusive dispondo de momentos de lazer no tempo livre (2000, p.32), o que faz dele um turista.

Essa posição é reforçada, ainda, por Britto e Fontes (2006, p. 52), para os quais a conceituação de turismo de negócios é coerente, à medida que o homem (ou a mulher) de negócios fazem uso da infraestrutura turística como qualquer outro visitante.

Pode-se verificar que o viajante a negócios utiliza boa parte da estrutura existente em uma localidade destinada a turistas. Além disso, nada impede que um participante de feira de negócios (por exemplo) utilize do seu tempo livre para diversão ou, ainda, que um organizador de um evento estabeleça atividades em localidades ou pontos de turismo de lazer.

Por esse motivo, opta-se por não estudar o turismo de negócios, o turismo de eventos ou qualquer outro tipo de turismo como um segmento fechado. Não é a intenção desta pesquisa determinar ou tentar prever o comportamento do viajante de negócios e sim a de considera-lo como um ser humano em busca da satisfação de suas necessidades, mesmo que profissionais. O foco da pesquisa é identificar como alguns dos receptores de turismo enxergam esses visitantes, o que ajuda a perceber limitações e possibilidades. Ao abordar-se o turismo de negócios e o turismo de eventos, leva-se em consideração o fato de os fenômenos turísticos serem interdependentes, complementares, interligados e transversais (ANDRADE, 2000, p. 26). Logo, também o turista pode tráfegar livremente em diversos tipos de turismo em uma mesma viagem.

Para as viagens a negócio, adota-se a definição de Martins e Murad Jr. (2000, p. 18 e 19). Conforme os autores, 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.

Quem organiza eventos também leva 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, seja qual for o tipo de evento. Também é necessário observar que os eventos precisam estar inseridos no contexto local (BLEHM, CABRAL, 2013, p. 289).

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 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” (2013, 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 enxergar 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, pode-se considerar como evento um acontecimento planejado com o “objetivo de alcançar resultados junto ao seu público alvo” (2006, 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 (2006, p. 35). 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 reforçam esse posicionamento ao afirmar que eventos não são promovidos somente para captar públicos e sim para atender necessidades de determinados públicos. (2013, p. 287).

A promoção de Eventos no Brasil já possui significativa importância para a economia brasileira. De acordo com informações do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos<sup>2</sup> (2013, p. 6), o setor de eventos gerou na época do estudo (2013) um montante de R\$209,2 bilhões, o que equivale a 4,32% do PIB brasileiro. Foram registrados mais de 590 mil eventos no período, envolvendo 202,2 milhões de participantes. 7,5 milhões de pessoas trabalhavam diretamente com atividades do setor, e a arrecadação de tributos foi estimada em R\$48,7 bilhões.

As contribuições dos eventos vão além dos índices econômicos. De acordo com Canton (2013), os eventos colaboram para uma das principais barreiras enfrentadas pelo turismo: a sazonalidade. Conforme os autores, os eventos possibilitam que as localidades turísticas recebam seus públicos durante o ano todo. Para as localidades que não se consideram turísticas, os eventos se tornam uma das raras oportunidades de receber turistas, que, por sua vez, levarão consigo outros benefícios, conforme ressalta Canton (2013, p. 197):

- a) ampliar o consumo e, em consequência, o rendimento no núcleo receptor, visto que o participante de eventos geralmente aproveita a viagem para compras e passeios e costuma gastar mais que o turista comum. Em alguns casos, o turista de eventos prolonga sua estadia para além da duração do evento;

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>>. Acesso em: 12 de Mai. 2016;

- b) estabilidade de emprego no setor turístico, possibilitando também a qualificação de mão de obra;
- c) promoção da cidade e região receptoras, por meio das estratégias de divulgação do próprio evento;
- d) formação de imagem para o destino turístico, o que fornece vantagens competitivas e aumenta o interesse pelo local;
- e) aumento da arrecadação por parte do governo, o que pode levar a mais melhorias na infraestrutura e em mais atrações de qualidade;
- f) pulverização de benefícios entre a iniciativa privada – saem ganhando os empreendimentos alimentícios, meios de transporte, locais de lazer, dentre muitos outros.

A relevância do turismo de eventos para uma cidade considerada industrial (tal como 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 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”. (2006, 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.

De acordo com Britto e Fontes (2006, p. 56), para que um evento seja considerado de negócios é preciso que ele tenha 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.

Os eventos de negócio apresentam algumas características peculiares (embora não se possa generalizá-las) (BRITTO; FONTES, 2006, p. 57):

- a) rotatividade da sede;
- b) elevado número de participantes em feiras;
- c) necessidade de reciclagem profissional constante;
- d) destino único e obrigatório;
- e) periodicidade dos eventos;
- f) acontecem na baixa temporada do turismo de lazer;
- g) datas e temas divulgados com bastante antecedência;
- h) maior fidelidade e maior potencial de compra do que o turista de lazer;
- i) volume de dinheiro gerado, e;
- j) duração dos eventos (costuma ser maior do que outros tipos de evento)

A feira de negócios é um dos tipos de evento de negócio mais conhecidos. Antes mesmo de existir o termo 'turismo', as feiras já vinham ganhando espaço e relevância social e econômica. De acordo com Matias (2013, p. 17), as feiras comerciais surgiram ainda na Idade Média, como uma forma de facilitar o acesso a produtos que atendiam necessidades básicas, como alimentos e vestimentas. No período em que as feiras aconteciam, alguns privilégios e liberdades eram concedidos. As hostilidades e guerras eram suspensas, os jogos proibidos eram permitidos e condições eram criadas para facilitar as trocas e garantir a subsistência dos eventos. Dentre as feiras que aconteciam com mais regularidade, merecem destaque as realizadas na região de Champagne, na França, que data do ano 427 d.C.

De acordo com Matias (2013, p. 18), as feiras duravam em torno de 6 a 7 semanas e movimentavam o mercado internacional durante praticamente o ano todo. "As feiras eram organizadas de tal forma que colocavam os produtos e os mercados da França, dos Países Baixos e do Vale do Reno em contato com os da Provença, Espanha, Itália, África e Oriente". Vale destacar que alguns territórios que hoje fazem parte da Itália não somente participavam das feiras frequentemente como também foram sedes de duas dentre as mais importantes feiras do período medieval: as feiras de Ferrara e de Parma. No capítulo 5 deste trabalho é possível conferir que os imigrantes italianos trouxeram o costume das feiras dos seus locais de origem para o Brasil.

Os benefícios consequentes das feiras despertaram o interesse de outras localidades. Por seu intermédio, as pessoas entravam em contato com as novidades que estavam sendo produzidas, tanto de origem nacional como internacional, o que propiciava a comercialização dos produtos e gerava riquezas para o país (MATIAS, 2013, p. 19). Muitas pessoas se deslocavam graças às feiras, que se tornaram cada vez mais numerosas com o passar do tempo, formando as bases para o que, futuramente, seria o Turismo de Eventos. Conforme Mendonça e Peronzin (2014, p. 22-24), a partir da segunda metade do século XIX diversos pavilhões foram construídos com a finalidade de abrigar eventos como a Feira de Nova Iorque, a Exposição Universal de Paris, dentre outros.

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).

No entanto, cada público de interesse envolvido com uma feira de negócios enxerga esse tipo de evento com outros olhos. Para algumas empresas, trata-se de uma oportunidade de estar em evidência diante dos concorrentes. Para outros, a feira é a oportunidade de encontrar clientes e fornecedores de diversos lugares compartilhando os mesmos espaços. Muitos visitam feiras com o objetivo de fazer novos negócios, procurando compras e vendas vantajosas para sua empresa, além de novidades nas linhas de produtos (PALHARES; PANOSSO NETTO, 2012, p. 103).

O presidente da Plastech Brasil, Orlando Marin<sup>3</sup> confirma essa posição, afirmando que as vendas são apenas a “superfície” do evento. Uma feira permite estabelecer contatos, fechar parcerias, se apresentar no mercado, enxergar o que o concorrente está fazendo e, a partir disso, desafiar a própria criatividade a fazer melhor.

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:

---

<sup>3</sup> Entrevista dada ao Jornal Pioneiro, 2013. Orlando Marin foi presidente do Sindicato das Indústrias de Plástico entre 2010-2014.

Quadro 01 – Tipos de Eventos de Negócio, conforme Ministério do Turismo-2010

TIPOS DE EVENTO	DESCRIÇÃO
Feiras	Organizadas por empresas ou organizações especializadas em ramos específicos, para determinado segmento do mercado, com finalidades de exposição, apresentação ou comercialização de produtos e serviços industriais, técnicos, científicos, estabelecimento de contatos e parceria, entre outros.
Convenções	Encontros normalmente realizados por empresas nos quais participam seus colaboradores e/ou parceiros. Sua finalidade pode ser a avaliação de desempenho, lançamento de novos produtos, discussão de planejamentos estratégicos. A grande finalidade é a integração das pessoas dentro de um objetivo que a empresa ou organização deseja que seja atingido. Convenções poderão também ter como público participante as empresas de um mesmo segmento, sendo, nesse caso, promovida pela associação correlata. Exemplificando: convenções de empresas jornalísticas, supermercadistas, atacadistas etc.
Congressos	De grande importância, amplitude, porte e número de participantes, promovidos por entidades ou associações de classe, visa apresentar e discutir assuntos da atualidade e de interesse específico de determinada área ou ramo profissional. São compostos por vários tipos de atividades, muitas vezes até simultâneas, tais como mesas-redondas, colóquios, simpósios, palestras, entre outras. Normalmente esses eventos ocorrem com frequência determinada, alternando os destinos-sede. Têm uma duração média de três a cinco dias.
Seminários	De caráter estritamente técnico e bastante semelhante a um curso, reúnem um número limitado de pessoas de mesmo nível de qualificação. É constituído de três etapas: exposição do tema, discussão e conclusão, sendo que durante as discussões os participantes são divididos em grupos menores orientados por um coordenador.
Workshops	Têm características similares aos seminários, sendo o encontro de pessoas com interesses comuns onde o palestrante coloca sua experiência e trabalho, com a realização de atividades práticas sobre o tema desenvolvido. No turismo, frequentemente são utilizados para contatos entre prestadores de serviços (fornecedores) e contratantes, em uma formatação semelhante a uma junção entre feira e rodada de negócios.
Conferências	Eventos similares a uma palestra, no entanto com mais formalidades. Consistem na apresentação de um tema por especialista qualificado, para um público numeroso de também bom nível de qualificação, com duração rápida. A videoconferência é uma conferência realizada a distância para pessoas em diferentes locais, utilizando-se de linha de satélites e um espaço físico próprio.
Rodadas de negócios	Reuniões pré-agendadas entre produtores e compradores, geralmente realizadas paralelamente a feiras. Durante as reuniões, as empresas apresentam suas ofertas e demandas podendo concretizar negócios naquele momento ou apenas realizar um contato inicial. Quando os encontros comerciais não são agendados e cronometrados, em vez de Rodadas, são chamados apenas de Encontros de negócios.

Fonte: adaptado de BRASIL, 2010, p. 19 e 20

No quadro 01 (acima), foram excluídos os seguintes tipos de motivação para viagens de negócios: missões empresariais, visitas técnicas, viagens corporativas (individuais ou em pequenos grupos) e cursos. A retirada se deve ao fato de que esses tipos de viagem não envolvem necessariamente um evento, embora possam acontecer em paralelo a algum dos tipos dos eventos de negócio. Leva-se em conta a classificação de Martins e Murad Jr., já apresentada neste trabalho.

A partir do exposto anteriormente a respeito de eventos de negócio, 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 discussão conceitual ainda existente sobre o fato de viagens a negócio serem turismo ou não pode ser um dos fatores que afastem os estudiosos de comunicação e de turismo deste assunto. Por esse motivo, é raro encontrar alguma tentativa de conceito específico para essa atividade. Um dos poucos conceitos disponíveis para análise é sugerido pelo Ministério do Turismo: o Turismo de Negócios & Eventos, que “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, 2010, p. 14 e 15). Porém, essa definição inclui também as viagens a negócio que não envolvem eventos, o que torna o conceito muito próximo aos estudos sobre turismo de negócios enquanto segmento.

Dessa forma, o viajante de negócios pode ser considerado um turista pelos seguintes motivos:

- a) ocupa a mesma estrutura de turismo que qualquer outro visitante;
- b) ainda que se associe turismo a lazer, sabe-se que o viajante de negócios pode aproveitar o tempo livre conhecendo o município sede do evento em que está participando;
- c) a própria natureza do turismo é transversal e complexa, o que impede de prever por completo o comportamento de um turista, que pode ter diversas motivações em uma mesma viagem;
- d) ainda que o viajante a negócios esteja a trabalho, também está atendendo necessidades e desejos pessoais, o que constitui a essência do turismo e dos eventos.

O subcapítulo seguinte deste trabalho é uma tentativa de definir elementos e públicos que constituem o turismo de eventos de negócio.

## 4.2 TURISMO DE EVENTOS DE NEGÓCIO: PÚBLICOS E ELEMENTOS

Até o momento, foi possível constatar que o homem está no centro da atividade turística, pois é partindo de suas necessidades que surgem as motivações para as viagens. O homem também possui a necessidade de se reunir e participar de encontros sociais, o que possibilita também a existência de eventos. Para que ambas as atividades sejam possíveis, há diversos elementos estruturais que precisam dar suporte. Por trás desses elementos também há outras pessoas, responsáveis em diferentes escalas para que o turismo e os eventos existam e sejam bem-sucedidos.

Em uma breve análise da literatura sobre públicos de turismo e de eventos em seus conceitos mais amplos, é possível perceber algumas diferenças em torno da relevância dada a um ou outro agente.

Em relação ao turismo, Dias e Pimenta (2005) consideram como principais atores desse cenário, independente do tipo de turismo: turistas; residentes; organizações não-governamentais; empresas locais; agentes públicos, e; investidores externos. Cada um dos públicos citados por Dias e Pimenta tem seu papel de ação no turismo local e/ou pode sofrer impactos causados pela atividade. A manutenção da atividade turística também depende de cada um dos públicos envolvidos.

No caso da atividade turística, existe a tendência de atribuir as principais responsabilidades aos agentes públicos e órgãos governamentais, em especial no que concerne à infraestrutura. “Em geral, o Estado reconhece que as obrigações do setor público incluem assuntos relativos à saúde, segurança, feiras comerciais, interesses do consumidor e infraestrutura no transporte como rodovias, ferrovias e portos” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 251), justamente por serem questões que dizem respeito à população residente. O setor público também se envolve na construção de instalações, conservação ambiental e cultural, dentre outras atividades.

Lickorish e Jenkins (2000, p. 251 e 252) defendem que o Estado deve controlar a atividade turística, assumindo funções como a formulação de estratégias para o desenvolvimento do turismo, a proteção ao consumidor, o fornecimento de um fórum consultivo, realização de ações fiscais, fornecimento de infraestrutura e

assistência financeira para o turismo, estabelecimento de condições para o desenvolvimento do setor privado, fornecimento e gerenciamento de dados estatísticos e promoção do destino.

Knupp (2015, p. 117 e 118) concorda com Lickorish e Jenkins (2000) quando afirma que é função “do poder público coordenar o desenvolvimento turístico, haja vista sua condição de responsável pela defesa dos interesses da sociedade na gestão das esferas econômica e social e pela proteção e pelo gerenciamento do patrimônio público”. Entretanto, o autor alerta para a necessidade de estimular o equilíbrio entre as funções públicas e privadas, visto que existem riscos em responsabilizar o poder público em demasia. Por um lado, existe a possibilidade de o governo se tornar autoritário e tornar o desenvolvimento do turismo excessivamente burocrático. Por outro lado, as empresas podem deixar de investir, inovar e buscar vantagens competitivas, sentindo-se inibidas a correr riscos sem o apoio governamental.

Quando se trata de eventos, definir públicos que sejam comuns em todos os tipos de evento é tarefa praticamente impossível, pois de acordo com Britto e Fontes (2006, p. 35 e 36) cada evento vai ter um público específico. Cabe ao organizador do evento determinar quais públicos fazem parte do evento a ser organizado para determinar suas estratégias. Porém, as autoras afirmam que normalmente os eventos apresentam os seguintes elementos humanos: congressistas/convencionais; expositores; colaboradores especiais; autoridades; imprensa, e; público em geral.

No caso da promoção de eventos, merece destaque a ação do promotor/organizador de eventos, função que pode se encaixar na categoria de colaboradores especiais. A esse profissional cabe o planejamento e a organização de todo evento, conciliando os interesses de cada público envolvido a fim de que todos saiam satisfeitos.

Dentre todos os aspectos que devem ser cuidados por um promotor de eventos, destaca-se a recepção de participantes de fora da cidade-sede. Conforme Britto e Fontes, “Os profissionais dedicados à recepção do contingente humano que frequenta os eventos são os que trafegam nas diretrizes do turismo, mas especificamente os especialistas no turismo de eventos” (2006, p. 52). Conforme as autoras, gerenciar a demanda turística faz parte do universo do evento.

Blehm e Cabral corroboram com Britto e Fontes e acrescentam a necessidade do organizador de eventos em “ter caráter multidisciplinar, com domínio de muitas informações, além de estabelecer parcerias com o *trade* turístico, característica relevante para uma maior eficácia no desenvolvimento e na organização de um evento” (2013, p. 305). Ou seja, o sucesso de um evento depende do gerenciamento da demanda turística, que por sua vez depende de parcerias e comunicação com os agentes ligados ao turismo.

Ao analisar os públicos de Turismo e de Eventos, percebe-se que a classificação sugerida por Britto e Fontes (eventos) não é tão abrangente quanto a de Dias e Pimenta (turismo). Além disso, aparentemente os públicos considerados por Britto e Fontes são relacionados à realização de congressos e feiras. Por fim, as autoras utilizam o termo ‘público em geral’, que não deixa claro que tipo de pessoas contempla. Para o estudo do turismo de eventos de negócio, não se faz possível trabalhar com públicos generalizados de turismo e de eventos tratados de forma separada, embora seja relevante conhecer o papel que cada ator pode desempenhar no cenário de eventos de negócio (em especial no que diz respeito aos órgãos públicos e organizadores de eventos).

A definição de públicos e elementos elaborada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 43-46) mostra-se mais adequada e abrangente para o estudo do turismo de negócios e eventos. O órgão do governo federal considera como principais agentes os promotores de eventos, o governo e o setor privado, sendo o turista/participante o cliente a ser atendido.

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.

Os governos também possuem suas responsabilidades, 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), promover e apoiar a comercialização e a

divulgação de eventos, investir em pesquisas de mercado e planos de marketing e desenvolver políticas para desenvolver o setor, o que pode incluir facilidades no financiamento de investimentos privados (BRASIL, 2000, p. 44).

Por sua vez, o setor privado é constituído de outros agentes, com suas respectivas responsabilidades (BRASIL, 2000, p. 44 e 45):

- a) Convention & Visitors Bureaux (CVBx): 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: conforme definição do Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 45), tratam-se de espaços destinados à realização de qualquer tipo de evento, geralmente cedidos ou locados para empresas organizadoras de eventos.

Como se pode perceber, o Ministério do Turismo considera como agentes principais tanto os governos como os promotores de evento, unindo conceitos presentes em Dias/Pimenta e Britto/Fontes.

Independentemente de quem deve assumir as responsabilidades para que o turismo de eventos de negócio se estabeleça enquanto atividade, é necessário determinar que elementos fazem parte desse universo. No caso da atividade turística em geral, é preciso determinar a diferença entre infraestrutura e superestrutura.

Para Knupp, a infraestrutura corresponde aos “equipamentos que possibilitam o suprimento das necessidades básicas das pessoas” (2015, p. 99). A infraestrutura é mantida principalmente para a qualidade de vida dos moradores de uma cidade e pode ser dividida em três categorias: utilidade pública (eletricidade, água, comunicações, coleta de lixo, saneamento básico); transporte (estradas, ferrovias, aeroportos, portos, heliportos, estacionamentos); e outros serviços (saúde, segurança, sinalização).

Por sua vez, a superestrutura é composta pelas organizações e elementos voltados para o turismo (KNUPP, 2015, p. 99). Os principais constituintes da superestrutura, de acordo com Knupp (2015) são: operadoras de turismo, agências

de viagem e outros canais de intermediação e distribuição de serviços turísticos; os diversos tipos de transportes (rodoviário, ferroviário, hidroviário e aéreo); as condições de hospedagem; a oferta de alimentação; os diversos tipos de eventos e os atrativos;

A definição dos públicos e elementos constituintes do turismo de eventos de negócio permitem uma melhor análise dos discursos coletados nessa pesquisa. Os próximos capítulos procuram aplicar os conceitos discutidos nesse capítulo ao município de Caxias do Sul, local de estudo desse trabalho.

## 5 CAXIAS DO SUL, DOS EVENTOS E DOS NEGÓCIOS

Atualmente, Caxias do Sul tem em sua indústria metalomecânica a principal força econômica. O escoamento da produção é uma das principais preocupações do empresariado caxiense, que promoveu e apoiou a realização de diversas feiras e eventos com essa característica.

Este capítulo é dividido em duas partes. Na primeira delas, faz-se uma análise histórica de Caxias do Sul, relacionando a promoção de eventos com o desenvolvimento econômico do município. Posteriormente, são apresentados dados socioeconômicos atuais, a fim de analisar o atual contexto de Caxias do Sul frente aos eventos de negócio.

### 5.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS FEIRAS AGROINDUSTRIAIS DE CAXIAS DO SUL

Por meio de um breve estudo sobre a história de Caxias do Sul, é possível identificar características e costumes por parte dos empresários da indústria e do comércio, que são recorrentes desde o surgimento da localidade até os dias atuais.

A história de Caxias do Sul começa a se desenvolver em 1875, com a chegada dos primeiros imigrantes à região. Até então, o que hoje chamamos de Serra Gaúcha consistia em terras devolutas do império brasileiro. Na época, a intenção do governo era de “ocupar o Sul do Brasil com homens brancos, trabalho livre e acesso à terra para fins de colonização” (HERÉDIA, 2007, p. 16). Dessa forma, o Rio Grande do Sul recebeu imigrantes de dois polos distintos, ou seja: da “Lombardia de um lado e o Vêneto do outro, carregando elementos do Trentino e do Friuli”. (FROSI; MIORANZA, 1975, p.37). O governo imperial destinou terras para esses imigrantes no Nordeste do Estado e na região Central do Planalto. O primeiro grupo se estabeleceu nos Fundos da Colônia Palmira, chamada hoje Nova Milano e nessa data criaram mais três núcleos, denominados de Colônia Caxias (atual Caxias do Sul), Dona Isabel e Conde d’Eu. (FROSI, MIORANZA, 1975, p.38).

É importante destacar que os imigrantes trouxeram muitos hábitos culturais da localidade de origem, o que colaborou para a organização da vida coletiva e da expansão de negócios. No caso do comércio, um dos exemplos de empreendimento foi a criação de *chioschi*, que eram lugares de venda onde os imigrantes que não

moravam na sede urbana poderiam comprar o que lhes fosse necessário e também deixar produtos para a revenda. Os *chioschi* localizavam-se na praça central e eram lugares de troca onde o proprietário definia o preço das mercadorias e o excedente da produção dos colonos era vendido.

Outra prática cultural implementada na então Colônia Caxias foi a de expor produtos em feiras, nas quais os que delas participavam tinham condições de conhecer os produtos, os processos de fabricação e a qualidade deles, bem como tinham a possibilidade de negociar preços. Em 1881 a Colônia Caxias já ocupava a posição de centro comercial da região (MACHADO; HERÉDIA, 2001, p. 14) e para estimular os negócios e escoar a produção excedente, foi realizada a I Feira Agroindustrial. Foram expostos e comercializados produtos agrícolas, agroindustriais e manufaturados, como ferramentas, vinho, grapa e utensílios domésticos. Cinco anos depois, uma nova edição do evento foi promovida, como preparação para a exposição de Berlim (MACHADO, 2001, p. 228). Em 1898 houve a realização da terceira edição da Exposição Agroindustrial, com o intuito de arrecadar recursos para a Igreja Matriz.

De acordo com Machado (2001, p. 229), conforme a “Villa” ia crescendo e se desenvolvendo economicamente, os produtores locais sentiam a necessidade de participar de feiras e exposições de outras localidades, sempre visando atingir mercados consumidores cada vez mais distantes.

No ano de 1901, Caxias participou da Exposição Industrial, já com o status de “grande centro produtor de vinho com 30 expositores, entre os quais figuram os nomes de Antônio Pieruccini, José Andreatza, Ângelo Chitolina e Aristides Germani” (PESAVENTO in HERÉDIA, 2007, p.14).

Nos anos seguintes, a união de esforços entre o setor público e o privado trouxe para a infraestrutura da cidade benefícios como o trem, novas estradas, meios de comunicação, eletricidade, entre outros, o que possibilitou um desenvolvimento ainda maior de Caxias do Sul, reconhecida oficialmente como cidade em 1910 (MACHADO; HERÉDIA, 2001).

Dois anos após a elevação ao status de cidade, uma nova exposição foi realizada em Caxias do Sul em 1912, com o nome de Exposição Agropecuária de Caxias do Sul. No ano seguinte, foi realizada a Exposição Agrícola e Industrial de Caxias. Todos os municípios da região participaram desses eventos, o que, conforme Machado (2001, p. 230), indicava a liderança que o município exercia

diante das demais comunidades da região. Os eventos foram bem prestigiados e considerados um sucesso. Outras duas exposições foram promovidas na mesma década, em 1916 e em 1918 (MACHADO, 2001, p. 233 e 234).

Já em 1925, ano do cinquentenário da imigração italiana, foi realizada a Exposição Municipal Agrícola, Industrial e Artística de Caxias do Sul. Esse evento recebeu mais de 20 mil visitantes e contou com aporte financeiro do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio (MACHADO, 2001, p. 234).

Caxias do Sul tornou-se em pouco tempo a sede da colonização italiana. Em confronto com as outras duas colônias, que haviam sido planejadas anteriormente, pela localização e grau de articulação dos imigrantes com a Diretoria da Colônia, o município cresceu de forma rápida e dinâmica. Entre os anos de 1920 e 1930, era perceptível o crescimento da atividade empresarial e o desenvolvimento da indústria. As antigas oficinas se fortaleceram, enquanto que as vinícolas receberam apoio do poder público e se consolidaram. Outros setores, como de alimentação e móveis, cresceram à medida em que a área do consumo aumentava (MACHADO, 2001, p. 238).

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.

Em 1931, Joaquim Pedro Lisboa e um grupo de empresários propuseram a criação de uma festividade específica para os produtos que até então destacavam e caracterizavam a cidade: a Festa das Uvas, que acontece até hoje com o nome de Festa da Uva. A ideia inicial era a de melhorar a qualidade da uva e do vinho produzidos em Caxias do Sul (MACHADO; HERÉDIA, 2001, p. 51).

Com o sucesso da primeira edição e o entusiasmo os organizadores, a segunda Festa da Uva aconteceu no ano seguinte, organizada pela Associação dos Comerciantes (atual CIC) e patrocinada pela prefeitura de Caxias do Sul. Desde então já eram percebidas diversas vantagens obtidas graças ao evento, em especial no que diz respeito a evidenciar a prosperidade da localidade e divulgar e promover produtos locais. Conforme Machado e Herédia (2001, p. 52), investimentos foram realizados, de modo que a Festa da Uva ganhou espaço próprio e desfiles em carros

alegóricos. Houve investimentos significativos em publicidade, de modo que os anúncios sobre a festa se estenderam até as imprensas paulista e carioca.

De acordo com Santos (2003, p. 45-46), a ideia de lazer e festividade sempre estiveram vinculadas ao evento, que “passou a ter conotação de comemoração da colheita, ritual que faz parte da cultura de origem do imigrante, onde o camponês cultuava certos ritos ligados à terra, a fim de festejar os resultados de seu trabalho vinculado à natureza” (HERÉDIA; MACHADO, 2001, p. 51 e 52).

A edição de 1937 da Festa da Uva apresentou uma expansão da Feira Agroindustrial, que até hoje integra o evento, apresentando uma diversidade maior de produtos caxienses. Por consequência, as exportações aumentaram (sobretudo do vinho) e a qualidade dos produtos e serviços ofertados cresceu significativamente para atender as exigências dos mercados das regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste do país. Graças ao poder de divulgação e promoção desses eventos, Caxias do Sul vinha conquistando novos mercados consumidores de seus produtos, fortalecendo ainda mais sua indústria (MACHADO, 2001, p 247-251).

Nos anos seguintes (após a Segunda Guerra Mundial), tanto o setor público como as entidades privadas da cidade aumentaram gradativamente os investimentos na Festa da Uva. Pavilhões específicos foram construídos para o evento à medida em que ele se expandia. Os presidentes da república recebiam convites para a inauguração do evento e quase sempre compareciam, como foi o caso de Getúlio Vargas em 1954. Um dos desfiles alegóricos da Festa da Uva de 1972 foi o cenário da primeira transmissão a cores da televisão brasileira, o que denota a determinação dos organizadores e da cidade como um todo em divulgar Caxias do Sul, seus produtos e suas capacidades.

Com o passar das décadas, Caxias do Sul estabeleceu-se como polo metalomecânico de destaque no cenário nacional. A Festa da Uva foi, por muito tempo, a principal vitrine desse setor e cresceu ainda mais como evento, o que incentivou a construção do Parque de Exposições Mário Bernardino Ramos, conhecido como Pavilhões da Festa da Uva e inaugurado em 1975. A partir desse momento, a Festa da Uva se expandiu e ganhou mais conotação de evento de lazer (SANTOS, 2003, p.47).

A partir dessa mesma época, mudanças nas interações econômicas mundiais determinaram o início de um novo fenômeno: a globalização. Para Santos (2002, p. 25), é a partir desse momento que começam a intensificar-se as

disseminações e trocas de informações e os deslocamentos de pessoas, seja viajando a lazer, a trabalho ou realizando migrações. Para o autor, muitos estudiosos consideram essa fase como uma ruptura em relação “às anteriores formas de interações transfronteiriças” (SANTOS, 2002, p. 25). Enquanto alguns estudiosos consideram o termo “globalização” para denominar esse momento econômico, outros falam em ‘sistema global’, ‘formação global’, ‘cultura global’, modernidades globais’, ‘processos globais’, ‘culturas da globalização’, e, por fim, ‘cidades globais’.

O conceito de globalização de Santos (2002, p. 85) está centrado na intensificação das relações sociais transnacionais. Essas relações se dão tanto como “práticas interestatais, práticas capitalistas globais ou práticas sociais e culturais transnacionalizadas”. Assim, tanto as empresas como as comunidades sofreram profundas transformações. Merece destaque a participação e a influência que as empresas multinacionais passaram a ocupar no cenário da economia mundial, o que provocou e ainda provoca transformações constantes nas formas de produção e nas relações de poder.

Com essa nova realidade econômica mundial, surgiu a necessidade por parte da indústria caxiense de renovar seus processos e inserir-se no processo de globalização. Novamente, uma das ferramentas utilizadas para atingir esse objetivo foi a promoção de eventos. “Os empresários entenderam que era melhor fazer investimentos em feiras setoriais, expondo seus produtos em eventos de negócio específicos que passaram a ser realizados no próprio parque da Festa da Uva” (SANTOS, 2003, p.47).

O início da realização de feiras de negócio temáticas e setoriais, reeditadas anual ou bianualmente, ocorreu na segunda metade da década de 1980. Merecem destaque a Fenamalha (Feira Nacional da Malharia e Vestuário), iniciada em 1987, a Febramec (Feira Brasileira de Mecânica), iniciada em 1988 e a Mercopar, que teve início em 1992 (TOMAZZONI, 2002, p. 16). De lá para cá, diversos outros eventos de negócio tiveram como sede os Pavilhões da Festa da Uva, a exemplo da Transtec, Tecnoplast, Mercoarte, Brasilmaq, Barato de Natal e diversas outras (SANTOS, 2003, p. 54-57).

## 5.2 CONDIÇÕES ATUAIS DOS EVENTOS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL

Nos dias atuais, Caxias do Sul recebe e promove diversos eventos de negócio, porém a maioria deles são de pequeno porte (abaixo de 500 participantes), se concentra em hotéis da cidade e tem divulgação voltada somente para os públicos de interesse. Dentre as feiras de negócio de grande porte, repercussão e referência nacional, somente a Mercopar continua acontecendo anual e ininterruptamente em Caxias do Sul.

A Mercopar – Feira de Subcontratação e Inovação Tecnológica – acontece desde 1992. Promovida pelo Sebrae/RS (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul) em parceria com a Hannover Fairs Sulamérica, a feira é considerada a maior da América Latina nesse segmento e é vista como uma oportunidade única de interação e estímulo à competitividade entre empresas de todos os portes, dos setores de “automação industrial, borracha, eletroeletrônico, energia e meio ambiente, metal mecânico, movimentação e armazenagem de materiais, plástico e serviços industriais” (MERCOPAR, 2013). A edição de 2015 contou com 25 mil visitantes. Geralmente, as reservas em hotéis caxienses são realizadas um ano antes do evento e muitos participantes precisam, inclusive, hospedar-se em localidades vizinhas. Porém, em 2017 esse público foi reduzido praticamente pela metade: 13 mil pessoas passaram pelos estandes da Mercopar<sup>4</sup>, sendo que, devido à crise econômica, houve o risco de essa edição não ter acontecido.

Até 2015 havia outra feira de negócios com semelhante relevância em seu setor: a Plastech Brasil – Feira de Tecnologias para Termoplásticos, Termofixos, Moldes e Equipamentos. O evento foi realizado desde 2001 e 2015, promovido em anos ímpares. Entre 2001 e 2005 a feira tinha o nome de Tecnoplast (HERÉDIA, 2014, p. 128-132). A edição de 2015 contabilizou 25 mil visitantes, sendo o maior público já registrado<sup>5</sup>. Mesmo assim, o Sindicato das Indústrias de Material Plástico do Nordeste Gaúcho (Simplás) optou por não realizar a edição de 2017 e adiar a

---

<sup>4</sup> <https://mercopar.com.br/projecao-de-negocios-na-mercopar-aumenta-43-em-relacao-a-2016/>

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/economia/noticia/2015/08/plastech-deste-ano-em-caxias-registra-o-maior-publico-da-historia-da-feira-4835505.html>>. Acesso em: 13 de Mai. 2016.

realização do evento por tempo indeterminado<sup>6</sup>, alegando respeitar o momento econômico vivido pela indústria nacional de transformação.

Em momentos anteriores, outras feiras relevantes mudaram de sede. Merece destaque a Febramec – Feira Brasileira da Mecânica e Automação Industrial. Sendo uma das principais feiras do ramo no país, o evento mudou sua sede para Porto Alegre em 2013. Conforme Dini e Sartor (2012), o principal fator que contribuiu para a mudança de sede foi a busca por melhores condições de acessibilidade (especialmente no que diz respeito ao aeroporto, visto que muitos participantes viriam de fora do país) e de hospedagem. Também são apontados como motivos a busca por melhor infraestrutura e a concorrência com a Mercopar. A Fenamalha mudou sua sede para Nova Petrópolis ainda no início da década de 2000 (TOMAZZONI, 2002). Sem a realização da Plastech em 2017, resta somente a Mercopar como feira de negócio de maior porte com sede fixa em Caxias do Sul.

Considerando as atuais deficiências do turismo, em especial no ramo de negócios e eventos, bem como a possibilidade de considerar o turismo como alternativa econômica para Caxias do Sul, surgiu a necessidade de ampliar diálogos e de propor novas soluções. Uma das iniciativas promovidas nesse sentido foi a realização do Fórum do Trade Turístico de Caxias do Sul<sup>7</sup>, em 2015.

O fórum<sup>8</sup> teve como tema “O Turismo que Queremos Construir” e teve como principal objetivo a atualização do Plano Municipal do Turismo de Caxias do Sul. Após a realização de duas palestras, os participantes se dividiram em mesas e discutiram, em cada uma delas, assuntos pré-determinados. O autor desta pesquisa participou da mesa cuja discussão abordava aspectos sobre a infraestrutura da cidade. Ao final do evento cada grupo pôde explicar as suas ideias e sugestões, que futuramente podem servir para complementar o Plano Municipal do Turismo.

Os diferentes grupos presentes nesse fórum apresentaram ideias muito semelhantes. A grande maioria acredita que o potencial turístico de Caxias do Sul se

---

<sup>6</sup> <http://www.plastechbrasil.com.br/2014/pt/imprensa/noticias/detalhes/cenario-de-mercado-determina-adiamento-da-proxima-plastech-brasil>

<sup>7</sup> Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/comunicacao/noticias\\_ler.php?codigo=35470](https://www.caxias.rs.gov.br/comunicacao/noticias_ler.php?codigo=35470)>. Acesso em: 12 de Mar. 2016;

<sup>8</sup> O evento contou com 73 participantes, incluindo a secretária de turismo da época, Drica de Lucena, o presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SHRBS), João Leidens, o presidente do Caxias Convention & Visitors Bureau, Pedro Sehbe e o presidente da Associação de Turismo da Serra Nordeste (Atuaserra), Jorge Capelari, bem como representantes de outras entidades, trabalhadores de empresas ligadas ao ramo e alunos e professores do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, incluindo o autor desta pesquisa.

encontra no segmento do Turismo de Eventos de Negócio. Também é de comum acordo que é na infraestrutura que estão as maiores necessidades da cidade, tais como estradas adequadas, um aeroporto com condições de suprir a demanda, a sinalização turística, o preparo dos estabelecimentos para receber turistas e a existência de centros de eventos melhor estruturados.

No entanto, os discursos apontavam os problemas, mas não as soluções práticas nem as responsabilidades por elas. O fórum conseguiu reunir as principais demandas, mas ninguém assumiu qualquer tipo de compromisso para que ações fossem tomadas. Dessa forma, ainda não é possível verificar que providências Caxias do Sul irá tomar para melhorar a promoção de eventos de negócio. Tampouco há indícios de que há investimentos em uma nova matriz econômica. Entretanto, percebe-se que a ideia de investir em eventos de negócios na cidade está em pauta e pode gerar novas atitudes no futuro.

### 5.3. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS DE CAXIAS DO SUL

Conforme já apresentado neste trabalho, a atividade turística de uma localidade é constituída por diversos elementos e atores. O turismo depende do sucesso de cada um dos seus fatores para se desenvolver. Sendo assim, é necessário compreender os aspectos socioeconômicos atuais de Caxias do Sul para analisar as condições da cidade para o turismo.

Caxias do Sul possui em 2017 uma população estimada de 483.377 pessoas, o que lhe permite ser classificada como cidade média (entre 100 mil e 500 mil habitantes<sup>9</sup>). Diversos índices socioeconômicos estão 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%<sup>10</sup>. 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 vivos<sup>11</sup>. O PIB per capita era de R\$45.883,07<sup>12</sup> em 2014. O Índice de Desenvolvimento Humano

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430510>> Acesso em: 11 de Nov. 2017;

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 04 de Abr. 2016.

(IDHM) em 2010 era de 0,782, considerado alto<sup>13</sup>. O Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (Idese) era de 0,817<sup>14</sup> em 2014. Em pesquisa realizada pela agência Austen Rating em 2015<sup>15</sup>, Caxias do Sul foi apontada como a melhor cidade do Rio Grande do Sul e a quinta melhor cidade do Brasil. A pesquisa teve base em índices sociais, fiscais, econômicos e digitais.

A indústria é considerada um dos principais setores da cidade. As informações estatísticas mais recentes disponíveis 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%<sup>16</sup>. A cidade contribui com 6,6% do total do PIB gaúcho. Merece destaque a indústria metalomecânica. Caxias do Sul conta com indústrias de carrocerias de ônibus, veículos, implementos, guindastes, talheres, dentre muitos outros, demonstrando a diversificação do setor<sup>17</sup>.

### 5.3.1 Infraestrutura

Diante de dados gerais que apontam para um alto nível de qualidade de vida, corre-se o risco de deduzir que os investimentos em infraestrutura são compatíveis ao nível de riqueza da cidade, o que pode não corresponder à realidade. A seguir, serão disponibilizadas as principais informações a respeito da infraestrutura de Caxias do Sul, com base nos dados mais recentes disponíveis.

#### 5.3.1.1 Transportes

Provavelmente, esse é um dos pontos mais problemáticos de Caxias do Sul e da Serra Gaúcha como um todo. Embora exista um parque fabril significativo em tamanho e produção, as possibilidades de escoamento de produção são limitadas. A

---

<sup>13</sup> Disponível em: <[http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/caxias-do-sul\\_rs/](http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs/)>. Acesso em: 08 de Dez. 2017.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/indice-de-desenvolvimento-socioeconomico/destaques/>>. Acesso em: 06 de Dez. 2017.

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/geral/cidades/noticia/2015/10/caxias-do-sul-e-eleita-a-melhor-cidade-do-rio-grande-do-sul-e-a-5-do-brasil-4882511.html>>. Acesso em: 31 de Mai. 2016.

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

<sup>17</sup> Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 04 de Dez. 2017

cidade não possui hidrovias por conta da localização geográfica e não possui transporte ferroviário ativo<sup>18</sup>. As principais ligações com a cidade acontecem por meio da BR 116, da RS 122 e da RST-453. Recentemente, meios de comunicação da cidade realizaram reportagens para tratar dos gargalos relacionados às rodovias da serra gaúcha, a exemplo da Rádio Gaúcha Serra (FIEDLER, 2016). Merecem destaque o complicado trevo entre a BR 470<sup>19</sup> e a RST 453, as condições da RST 453 entre Farroupilha e Garibaldi, dentro do perímetro urbano e entre Caxias do Sul e o litoral, a RS 122 entre Farroupilha e Porto Alegre e o entroncamento entre a RS 122 e a RST 453. Os problemas são semelhantes: sinalização precária, mau estado de conservação e o fato de estas rodovias não comportarem mais a demanda do fluxo de veículos atual.

Diante de tantos problemas, a Câmara da Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul (CIC) tem tentado tomar iniciativas. Um exemplo é o evento *Pit Stop Solidário*<sup>20</sup>. O objetivo da ação foi conscientizar os motoristas e chamar a atenção das autoridades para o problema da conservação das estradas. autoridades para o problema da conservação das estradas. Conforme o coordenador da Diretoria de Infraestrutura e Política Urbana, Delmar Perizzollo, “os recursos e o tempo gastos com imprevistos gerados por estradas malconservadas poderiam estar circulando no comércio, nos serviços e no turismo, gerando desenvolvimento, além de salvar vidas” (CIC, 2017b). Entende-se, no caso do turismo, que não somente haveria mais recursos como também haveria mais facilidade no deslocamento de turistas para a cidade.

No perímetro urbano de Caxias do Sul também existem problemas. Conforme dados disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Caxias do Sul<sup>21</sup> a malha viária da cidade totaliza 1556km, sendo 926 deles asfaltados. Há mais de 271 mil veículos registrados em Caxias, o que pode ser responsável pelo trânsito lento que pode ser conferido eventualmente no perímetro urbano.

Há de se destacar também as dificuldades relacionadas ao aeroporto Hugo Cantergiani de Caxias do Sul. Não há espaço para ampliação da pista nem do

---

<sup>18</sup> Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

<sup>19</sup> Recentemente, esse trevo recebeu melhorias a fim de minimizar a quantidade de acidentes.

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://ciccaxias.org.br/diretorias/politica-urbana-e-infraestrutura/>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

<sup>21</sup> Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 08 de Dez. 2017.

terminal e não há instrumentos que permitam pouso em mau tempo, sendo muito comum que os poucos voos disponíveis alterem a rota. Existe a possibilidade de construção de um novo aeroporto, mas até o encerramento dessa pesquisa não surgiu qualquer indício de que esse projeto será executado em breve<sup>22</sup>.

### 5.3.1.2 Serviços básicos

Conforme os índices disponibilizados no portal Atlas Brasil<sup>23</sup>, 98,34% da população possui água encanada em suas residências. 99,97% da população caxiense vive em moradias com energia elétrica, enquanto que 99,62% da população urbana conta com coleta de lixo.

Merece destaque positivo a construção da nova represa Marrecas, bem como o fato de o município ter implantado estações de tratamento de esgoto<sup>24</sup>, o que garante a despoluição de arroios e o tratamento de 86% do esgoto gerado na cidade, reduzindo ainda mais os riscos de contaminação. Nesse ponto, Caxias do Sul apresenta índices positivos, visto que serviços relacionados ao saneamento básico representam qualidade de vida.

### 5.3.1.3 Segurança social básica

A insegurança social está relacionada à situação de vulnerabilidade. Entende-se por vulnerabilidade a “exposição a riscos e baixa capacidade material, simbólica e comportamental de famílias e pessoas para enfrentar e superar os desafios com que se defrontam” (JANCZURA, 2012, p. 304). Para a autora, a pobreza é o principal fator de exposição da população a riscos, especialmente em contextos sociais onde o fornecimento de bens e serviços básicos é limitado ou inexistente. Por consequência da ausência de recursos materiais, outras fragilidades são alimentadas, tais como a “baixa escolarização, condições precárias de saúde e de nutrição, moradias precárias em locais ambientalmente degradados e condições

---

<sup>22</sup> Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 12 de Dez. 2017;

<sup>23</sup> Disponível em: <[http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/caxias-do-sul\\_rs/](http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs/)>. Acesso em: 13 de Nov. 2017.

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://www.samaecaxias.com.br/Pagina/Index/10043>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017.

sanitárias inadequadas (necessidades insatisfeitas)” (JANCZURA, 2012, p. 304). Famílias nessas condições tornam-se carentes e excluídas, o que cria condições favoráveis para a insegurança social.

O quadro abaixo, extraído do portal Atlas Brasil<sup>25</sup>, resume as atuais condições que a cidade apresenta para a proliferação (ou não) da violência:

Figura 01 - Índices De Vulnerabilidade Social Em Caxias Do Sul – 1991/2000/2010

Vulnerabilidade Social - Caxias do Sul - RS			
Crianças e Jovens	1991	2000	2010
Mortalidade infantil	18,42	15,40	11,19
% de crianças de 0 a 5 anos fora da escola	-	85,05	72,00
% de crianças de 6 a 14 fora da escola	12,00	3,62	3,68
% de pessoas de 15 a 24 anos que não estudam, não trabalham e são vulneráveis, na população dessa faixa	-	5,55	2,35
% de mulheres de 10 a 17 anos que tiveram filhos	2,02	2,04	2,23
Taxa de atividade - 10 a 14 anos	-	5,54	5,05
Família			
% de mães chefes de família sem fundamental e com filho menor, no total de mães chefes de família	8,70	10,73	12,52
% de vulneráveis e dependentes de idosos	1,35	0,76	0,41
% de crianças com até 14 anos de idade que têm renda domiciliar per capita igual ou inferior a R\$ 70,00 mensais	1,39	2,32	0,81
Trabalho e Renda			
% de vulneráveis à pobreza	20,63	15,84	7,08
% de pessoas de 18 anos ou mais sem fundamental completo e em ocupação informal	-	32,23	20,35
Condição de Moradia			
% da população em domicílios com banheiro e água encanada	87,58	96,92	97,84

Fonte: Atlas Brasil, 2013

No primeiro semestre de 2017 foram registrados 44 homicídios, sendo 5 feminicídios e 5 latrocínios. Aconteceram pelo menos 2394 furtos e 1447 roubos em Caxias do Sul<sup>26</sup>. Índices como esse revelam a necessidade de dar atenção à segurança em Caxias do Sul, a fim de garantir que os moradores tenham qualidade de vida e os turistas possam circular sem medo.

### 5.3.1.4 Educação

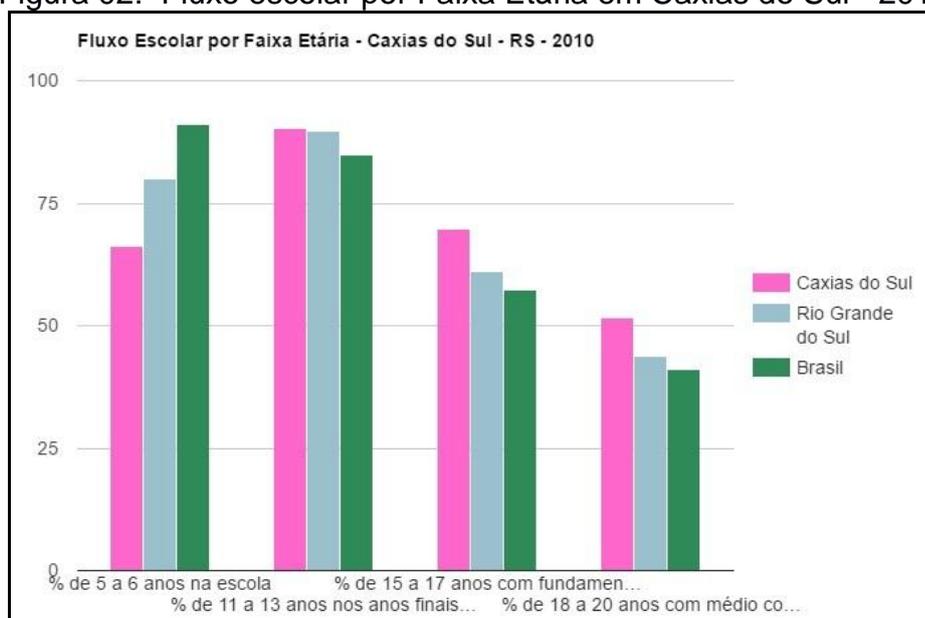
Caxias do Sul contava, em 2012, com 204 escolas públicas, sendo 130 de ensino fundamental, 28 de ensino médio e 46 para o período pré-escolar. Há

<sup>25</sup> Disponível em: <[http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/caxias-do-sul\\_rs/](http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/caxias-do-sul_rs/)>. Acesso em: 13 de Nov. 2017..

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/geral/policia/noticia/2017/08/caxias-do-sul-registra-menos-crimes-no-primeiro-semester-de-2017-9860638.html>> Acesso em: 05 de Dez. 2017

também na cidade 10 instituições de ensino superior privadas e 1 estadual. Eram oferecidos 180 cursos de graduação e 189 cursos de pós-graduação<sup>27</sup>. Os gráficos a seguir mostram índices da educação de crianças, jovens e adultos em Caxias do Sul, atualizados em 2010:

Figura 02: Fluxo escolar por Faixa Etária em Caxias do Sul - 2010

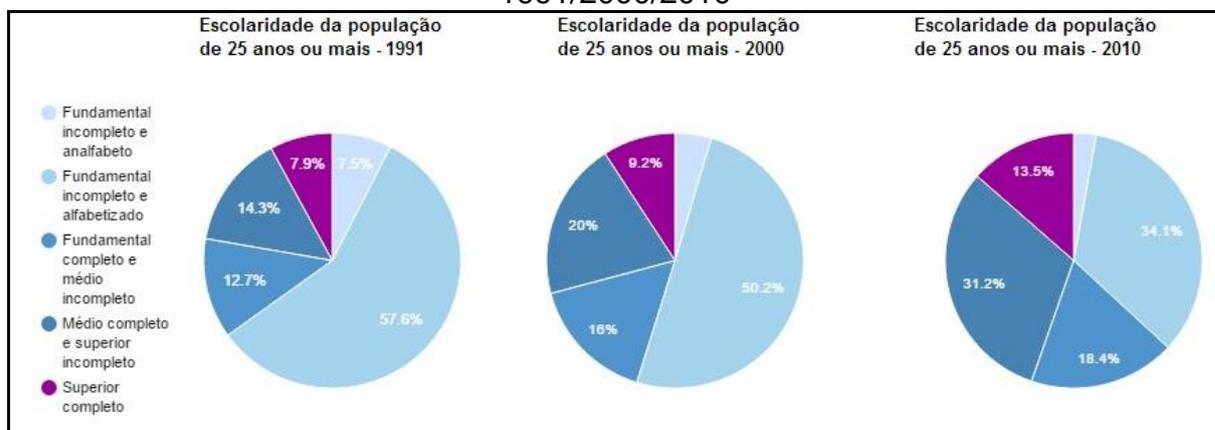


Fonte: Atlas Brasil, 2013

Conforme consta no gráfico anterior, pode-se verificar que em 2010 a principal defasagem de Caxias do Sul na questão do ensino dizia respeito à faixa etária de 5 a 6 anos. O fluxo escolar nessa faixa etária apresenta percentual mais baixo em comparação com o estado e o país. Nas outras faixas etárias, percebe-se que a cidade apresenta índices um pouco superiores ao Rio Grande do Sul e ao Brasil.

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 22 de Mar. 2016.

Figura 03 - Escolaridade da População de 25 anos ou mais em Caxias do Sul – 1991/2000/2010



Fonte: Atlas Brasil, 2013

Percebe-se que em um período de 20 anos o índice de pessoas com 25 anos ou mais que contavam somente com o ensino fundamental incompleto e alfabetizado reduziu de 57,6% para 34,1%, enquanto índices como o de superior completo e de ensino médio completo e superior incompleto cresceram significativamente. Embora Caxias do Sul ainda careça de universidades públicas e que a qualidade do ensino precise ser questionada, pode-se concluir que a cidade apresenta boas condições de educação.

### 5.3.1.5 Saúde

As informações mais recentes apontam a existência de 46 Unidades Básicas de Saúde em Caxias do Sul, uma para cada 11 mil habitantes aproximadamente. A Organização Mundial da Saúde recomenda um estabelecimento de saúde para cada 20 mil habitantes. Além disso, a cidade conta com um Hemocentro Regional, uma unidade de Pronto-Atendimento 24 horas e 7 hospitais, sendo 1 público, 2 conveniados ao SUS e outros 4 particulares<sup>28</sup>.

A questão da saúde pública, ainda que com deficiências, aparentemente não pode ser considerada um grave problema em Caxias do Sul. No entanto, é importante lembrar que Caxias do Sul atende os problemas de saúde mais complexos da população dos municípios vizinhos. Logo, todas as estruturas

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017.

existentes, tanto no setor público quanto no privado, atendem uma demanda muito maior do que a população de Caxias do Sul, sendo difícil a tarefa de mensurar essa demanda em termos quantitativos.

### 5.3.2 Superestrutura

Nesta parte do trabalho, com base no conceito de Knupp (2015) constam algumas informações sobre a estrutura que Caxias do Sul disponibiliza para a atividade turística.

Em relação à rede hoteleira, a cidade conta atualmente com 23 hotéis e 3300 leitos. Há também 15 motéis, 51 bares/casas noturnas e 510 restaurantes<sup>29</sup>.

No que diz respeito aos espaços para convenções, Caxias do Sul conta com a estrutura dos Pavilhões da Festa da Uva para a realização dos principais eventos presentes hoje na cidade, tais como a Mercopar. Além destes espaços, a rede hoteleira costuma ter espaços para eventos de pequeno e médio porte.

Além disso, existem cinco Centros de Informações Turísticas na cidade, localizados, respectivamente, na Casa de Pedra, na Rodoviária, no Aeroporto, na Igreja de São Pelegrino e na própria Secretaria do Turismo. Recentemente foi inaugurado no centro da cidade o Centro de Atenção ao Turista<sup>30</sup>;

No que diz respeito às atrações turísticas de Caxias do Sul, tentou-se elaborar sete roteiros turísticos na cidade: Ana Rech, Caminhos da Colônia, Caminhos do Interior, Criúva, Estrada do Imigrante, Urbano e Vale Trentino. Com exceção do roteiro Urbano, todos os demais roteiros são localizados no interior da cidade e tem como atrativos as paisagens naturais, museus, esculturas, visitas à vinícolas, opções de gastronomia italiana, resgate da cultura e da história da cidade e opções de entretenimento. Já no perímetro urbano da cidade existem opções de museus, monumentos e igrejas. Os estádios Alfredo Jaconi e Centenário, bem como a estrutura da Réplica de Caxias do Sul presente nos pavilhões da Festa da Uva completam as atrações do roteiro urbano. Por fim, vale destacar que Caxias do Sul conta com 5 shoppings, 2 estabelecimentos de vendas de especiarias e 8 opções de

---

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017.

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/>>. Acesso em: 02 de Abr. 2016;

vendas de artesanato<sup>31</sup>. Entretanto, essas atrações de Caxias do Sul merecem novos estudos, em especial no sentido de verificar se elas realmente atendem as necessidades do turista e se estão de fato preparadas para recebê-lo e se estão sendo bem divulgadas.

Caxias do Sul conta com o Conselho Municipal do Turismo. Conforme informações disponíveis no website Portal do Turista<sup>32</sup> trata-se de um órgão auxiliar que integra a estrutura administrativa municipal. As principais atribuições do órgão são as de assessorar a administração na filosofia de turismo para Caxias do Sul e apresentar sugestões para calendário de eventos turísticos. O conselho é composto por representantes das Secretarias Municipais do Turismo (SEMTUR), da Cultura e da Educação (SMED), representantes da 4ª Coordenadoria Regional de Educação, Festa da Uva Empreendimentos, Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SHRBS), Caxias Convention & Visitors Bureau, Associação de Guias de Turismo, SINTRAHTUR, CIC, Sindilojas, CDL, UCS, SENAC, SESC, 25ª Região Tradicionalista, Revinsul e Associações de Roteiros Turísticos.

Todos os elementos apresentados neste capítulo, assim como a discussão teórica realizada no capítulo 4 dão suporte para a realização da análise do corpus, procedimento que será apresentado a seguir.

---

<sup>31</sup>Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/>>. Acesso em: 02 de Abr. 2016;

<sup>32</sup>Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/>>. Acesso em: 02 de Abr. 2016;

## 6 ANÁLISE DOS DADOS

A partir da análise das entrevistas surgiram categorias que permitem analisar as narrativas dos entrevistados e identificar como esses sujeitos veem os fatores que obstaculizam o turismo de eventos de negócio. As categorias que emergiram das falas foram: espaços para eventos, cultura do empresariado; condições de infraestrutura; responsabilidade entre o privado e o público e o novo turismo. Cada uma dessas categorias é apresentada em um subcapítulo. As falas dos entrevistados passaram por um processo de edição, a fim de corrigir vícios de linguagem e facilitar a leitura e compreensão dos discursos sem que o sentido deles fosse alterado.

### 6.1 ESPAÇOS PARA EVENTOS

Conforme já abordado neste trabalho, o organizador de eventos desempenha um papel fundamental na gestão e operacionalização das atividades concernentes ao turismo de eventos de negócio.

Os relatos coletados mostram que os organizadores de eventos que atuam em Caxias do Sul enfrentam diversas adversidades em suas atividades. Uma das principais diz respeito à inexistência de locais adequados e preparados para atender com qualidade as necessidades das feiras, congressos e eventos:

Ainda carente de locais adequados, especialmente para Feiras e Congressos. (ENTREVISTADO 1)

Caxias carece de uma estrutura melhor. A grande carência nossa é um anfiteatro grande, que tenha capacidade para mais de mil pessoas. Temos que pensar grande, pensar numa cidade que nem Caxias (do Sul), que nós somos a grande metrópole aqui na Serra Gaúcha (ENTREVISTADO 6).

Atualmente, feiras de grande porte como a Mercopar 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. Entretanto, os entrevistados apontam diversas deficiências estruturais que o local apresenta:

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 (ENTREVISTADO 3).

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 (ENTREVISTADO 5)

Nós temos aí os nossos queridos pavilhões da Festa da Uva que, no meu entendimento, precisa 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 (ENTREVISTADO 6)

Um dos entrevistados afirma que a organização dos eventos Plastech e Mercopar sempre precisaram lutar por melhorias nos pavilhões da Festa da Uva, mas lembra que o espaço precisa de muito mais do que algumas melhorias – é necessário um projeto sólido e amplo de revitalização do parque de eventos:

A Plastech, o que a Plastech fez, enquanto Simplás, enquanto diretoria do Simplás, ela 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 (ENTREVISTADO 4).

As condições atuais dos pavilhões da Festa da Uva geram desconforto aos públicos participantes, que ficam vulneráveis às condições climáticas de Caxias do Sul. Expositores também precisam enfrentar 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 para cada evento.

Na tentativa de amenizar o problema, houve a construção de um novo pavilhão: o Centro de Eventos, em 2012. Porém, aparentemente o Centro de Eventos da Festa da Uva não resolveu os problemas dos organizadores de eventos, que tecem críticas ao espaço:

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 (ENTREVISTADO 1).

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 (ENTREVISTADO 3).

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 improvisado. 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 (ENTREVISTADO 5).

Percebe-se, por meio das narrativas acima, que o projeto de construção do Centro de Eventos não contemplou as necessidades que os promotores de eventos apresentam. Aparentemente, esse público sequer participou das decisões sobre como o espaço seria construído. Conseqüentemente, o investimento feito com dinheiro público praticamente não tem utilidade para o município. Tudo 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 se defende é a de que eventos de porte médio não encontram espaço adequado em Caxias do Sul.

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 (ENTREVISTADO 3)

Se houver mais do que 500 pessoas já não é possível acomodar bem em Caxias (do Sul) na parte técnica. Há lugares alternativos que podem ficar viáveis, mas com investimento (ENTREVISTADO 5).

Um dos participantes lembra que até existem espaços com capacidade de 700 pessoas em Caxias do Sul, como o caso do UCS Teatro, mas deve-se lembrar

em consideração que a estrutura disponibilizada por locais como esse não é adequada, mostrando-se distante do ideal:

Para eventos menores e segmentados, a partir de 500 pessoas já não se acomoda num único lugar. Tem lá na UCS, tem auditório para 700 e tantas pessoas... tem, mas fora o auditório, não tem uma área para feiras, não tem uma área para *coffee break*, tem horário de circulação de estudante no qual não tem estacionamento (ENTREVISTADO 5).

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:

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? (ENTREVISTADO 6)

Quanto a locais para eventos de grande porte, como por exemplo, jantares especiais e outros eventos, a capacidade do local (pavilhões da Festa da Uva) não comporta. (ENTREVISTADO 1)

Ainda sobre a disponibilidade de locais para eventos, diversos hotéis em Caxias do Sul apresentam espaços com essa finalidade. Ainda assim, esses espaços são limitados, seja pela capacidade, seja pela infraestrutura desses locais:

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 (ENTREVISTADO 3).

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 (ENTREVISTADO 6).

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. (ENTREVISTADO 5).

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:

Nesses últimos anos que teve essa baixa, um pouco em virtude da economia, tem sido possível acomodar inclusive os estandes nessas feiras de hotel, mas em anos anteriores a gente fechava feira por não ter mais onde acomodar. Dependendo da área, é *estandinho* de 2m por 3m. 6m<sup>2</sup>, no máximo 8 m<sup>2</sup> (ENTREVISTADO 5).

Os espaços disponibilizados pela Universidade de Caxias do Sul são citados por diversos respondentes. Enquanto alguns deles citaram anteriormente as limitações do UCS Teatro, outros consideram essa estrutura adequada.

Hoje a melhor estrutura que nós temos é o UCS Teatro da Universidade. Tem também o Teatro São Carlos, com público menor (ENTREVISTADO 6).

Eu sinto nessa área e na questão de eventos, a Universidade de Caxias do Sul, tem uma estrutura de eventos interessante. Entre auditórios ela atende bem as demandas. O fim dela não é esse, mas você organiza. Tanto que há pouco tempo atrás teve o INTERCOM, que para essas 4.000 pessoas atendeu muito bem (ENTREVISTADO 8).

Entretanto, é necessário lembrar que os auditórios da Universidade de Caxias do Sul possuem finalidades acadêmicas e geralmente recebem eventos com essa finalidade. A exceção fica por conta da estrutura do UCS Teatro, que recebe diversos tipos de evento.

Por conta dos problemas existentes, alguns relatos demonstram que Caxias do Sul está perdendo diversos eventos, que tendem a ser realizados nos municípios vizinhos de 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 (ENTREVISTADO 1).

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 (ENTREVISTADO 5).

O relato a seguir mostra um dos casos em que a conferência de uma empresa foi realizada em Gramado, mesmo com a matriz sendo em Caxias do Sul. Faz-se necessário discutir a importância de uma estrutura de eventos no município para promover os negócios locais, como já aconteceu outrora:

Temos aqui a Croasonho, empresa que tem franquias pelo Brasil inteiro. Eu estive falando com alguns amigos e descobri que a Croasonho vai fazer a convenção dela fora de Caxias do Sul. A matriz sendo daqui, por que fora de Caxias? Pode até ser pela localização geográfica do Brasil, talvez fizessem mais na área central. Mas se houvesse uma estrutura boa, acima da média aqui, certamente que eles trariam o pessoal para cá. Eu acho que é uma forma também de mostrar onde é a matriz do próprio negócio. Tenho acompanhado ao longo do tempo, as empresas têm optado em fazer as convenções delas, infelizmente, fora daqui de Caxias do Sul, indo para Santa Catarina ou para outros estados (ENTREVISTADO 6).

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 ainda possui, não conseguir atrair novos eventos e ficar competitivamente defasado em relação aos municípios vizinhos:

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 (ENTREVISTADO 6).

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 (ENTREVISTADO 3).

Em meio a tantas dificuldades enfrentadas pelos promotores de eventos, levanta-se o seguinte questionamento: o que mantém eventos como a Mercopar

ainda em Caxias do Sul? Conforme um dos entrevistados, eventos como esse são promovidos no município por tradição:

Algumas feiras ainda acontecem apenas por tradição em Caxias do Sul. Para novos projetos nossa cidade fica fora do circuito, perdendo para Bento Gonçalves e Gramado (ENTREVISTADO 1).

A tradição pode ser considerada “um universo de significações coletivas no qual as experiências cotidianas que inscrevem os indivíduos e os grupos no caos são reportadas a uma ordem imutável, necessária e preexistente aos indivíduos e aos grupos” (HERVIEU-LÉGER apud CANDAU, 2011, p. 121). Possivelmente o entrevistado, ao relacionar feiras de negócio com tradição, fez relação com o histórico de eventos que Caxias do Sul já promoveu. Fica entendida a ideia de que o município teve um passado mais favorável nesse segmento e que, atualmente, realizar eventos na cidade é insistir em manter esse passado vivo.

Para um dos entrevistados, Caxias do Sul ocupa um lugar central<sup>33</sup> na região da Serra Gaúcha. Entretanto, aparentemente o município não explora essa posição de liderança, deixando inclusive de prospectar e lutar por eventos:

Existe uma característica que eu reparo, a falta de agressividade de Caxias do Sul com relação a esse setor (de eventos de negócio). Por que acaba perdendo uma série de eventos, ele (o município de Caxias do Sul) divide a centralidade com Bento Gonçalves e com Gramado. O setor moveleiro (por exemplo) não faz feira em Caxias. Se a gente for parar para pensar, a indústria moveleira que existe aqui é normal, não representa centralidade que está localizada em Bento Gonçalves e Flores da Cunha, por que a centralidade não é pela quantidade (de empresas), mas aonde está o centro de decisão e o centro de decisão é relacionado muito com a referência das grandes feiras. Se eu for pensar por esse conceito, São Paulo não organizaria Feira do automóvel, porque a cidade de São Paulo não produz carro. Mas é onde está a centralidade urbana, onde está o aeroporto, é onde está a principal rodoviária, é onde está a principal estrutura hoteleira não relacionada a lazer. Porque a estrutura hoteleira de Bento e principalmente de Gramado são estruturas relacionadas à lazer. (ENTREVISTADO 8)

Para recuperar a centralidade e tornar-se novamente competitiva no segmento de eventos, é notável que Caxias do Sul precise pensar em soluções.

---

<sup>33</sup> A teoria do lugar central foi elaborada por Walter Cristaller em 1933, na Alemanha. Conforme a teoria, há diversos lugares no espaço que se tornam centrais por concentrarem serviços e bens essenciais para uma região, para os quais há mais facilidade e proximidade de deslocamento (BRADFORD; KENT, 1987)

Uma das alternativas apresentadas como solução é a construção de um novo Centro de Eventos:

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 (ENTREVISTADO 3).

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 (ENTREVISTADO 6).

Apesar de todas as críticas já levantadas nesse estudo com relação ao município de Caxias do Sul, um dos entrevistados lembra que não há grandes centros de eventos no Rio Grande do Sul nem em Santa Catarina. Confirmando-se essa ideia, Caxias do Sul pode tornar-se uma referência e atrair uma quantidade razoável de eventos, dada a posição geográfica:

Há quantos anos a gente vem falando que precisa de um centro de eventos? Que a gente precisa de pavilhões para feiras? Nós não temos no Rio Grande do Sul pavilhões para feiras. Nós temos adaptação em Porto Alegre na FIERGS, nós temos adaptação na FENAC em Novo Hamburgo, nós temos adaptação - e ainda é melhor hoje - na ExpoGramado, no RS, mas também é uma adaptação, então nós não temos. Santa Catarina tem o mesmo problema que nós, eles também não têm um grande centro de feiras. Nós estamos entre São Paulo e Buenos Aires, ou seja, nós temos um raio de 1000km a nossa volta para trabalhar (ENTREVISTADO 4).

Tendo em vista a iminência de que o novo aeroporto de Caxias do Sul seja construído em Vila Oliva, existe a possibilidade de implantar um centro de eventos nessa região, conforme uma das narrativas:

Tem que começar a pensar no futuro, olhar aquela região lá onde vai estar o próximo Aeroporto, se tiver um complexo de ginásio poliesportivo, de feiras, não sei se até a Festa da Uva não pode ir para lá. Uma estrutura maravilhosa de anfiteatro, de centro de evento naquela região. Na minha opinião é a região que Caxias do Sul vai desenvolver. Para isso, claro, tem que começar a fazer um planejamento e a partir daquela área que vai ser desocupada na questão do Aeroporto - são quase 500 hectares aquela região - lá naquele entorno tem que começar a se pensar em algo grande, em feiras e eventos de agronegócios (ENTREVISTADO 6).

Um exemplo de sucesso citado nessa pesquisa é o Centro de Convenções de Fortaleza:

Eu tive a oportunidade de morar em Fortaleza durante 3 anos. Um dos maiores investimentos que foram feitos foi a construção de um grande Centro de Convenções, com uma capacidade enorme não só de número de pessoas que possam participar com palestras, mas também com uma estrutura acoplada junto a este complexo onde se tem a possibilidade de fazer feiras, eventos e uma série de outras coisas. Hoje Fortaleza atrai os grandes eventos do Brasil em matéria de feira de eventos e turismo. ENTREVISTADO 6)

De acordo com Mendonça e Perozin (2014), o Nordeste do Brasil tem atraído promotores de eventos de negócio. Além de contar com as já conhecidas belezas naturais, algumas partes da região têm investido em infraestrutura para receber eventos, sendo Fortaleza um dos exemplos de localidade que tem trabalhado de forma intensa com essa atividade. Essa afirmação pode apontar uma tendência de realização de eventos de negócio em localidades turísticas.

Por outro lado, sugere-se que a Universidade de Caxias do Sul possa ter seu próprio centro de eventos. Ainda que a finalidade da universidade não seja essa, um empreendimento para eventos pode conferir benefícios tanto para a instituição de ensino como para a cidade:

A UCS podia ter um centro de eventos. Também para seu uso, para maximizar o uso de sua estrutura física. Vamos pegar o exemplo da PUC, que possui centro de eventos e que construiu um edifício-garagem, não por causa do aluno, e sim por que ela estava perdendo eventos pelo problema do estacionamento no Campus. Agora o aluno se beneficia com o prédio-garagem, a instituição se beneficia e o prédio-garagem é outra fonte de renda (ENTREVISTADO 9).

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, como bem lembraram os seguintes respondentes:

Não adianta você ter um centro de eventos maravilhoso e não ter uma cidade que entenda essa vocação (ENTREVISTADO 4).

Então é só investir num centro de eventos? Aí se investe, mas se não tiver uma boa captação, o negócio vai ficar parado (ENTREVISTADO 5).

Conforme a narrativa seguinte, sugere-se que os profissionais ligados a organização de eventos participem da elaboração do projeto de um centro de eventos, de modo que não se repita o que aconteceu no caso do centro de eventos de Caxias do Sul:

Agora, o que me incomoda um pouco é as pessoas construírem centro de eventos e não procurarem profissionais da área para saber quais as necessidades. Depois que está feito errado tem o investimento para demolir uma porta, fazer uma base maior para entrar coisa que necessite de mais peso... daí é muito difícil ter que refazer coisas (ENTREVISTADO 5).

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:

Eu acho até engraçado, quando as pessoas pensam em construir elas pensam em macro. Claro que um centro de eventos ajudaria como um grande atrativo. Mas eu considero o turismo a mesma coisa que o trânsito numa cidade. O que está posto, está posto. As ruas, não tem como abrir ruas novas, dá para melhorar pequenas coisas. Então, nós temos que fazer com aquilo que temos e melhorar o que temos. Não precisamos de grandes mudanças. Não vejo (como necessária) a construção de grandes centros de eventos, por que atrativo turístico você não constrói, ele se cria. Eu acho que o nosso pavilhão da Festa da Uva pode ser um atrativo turístico. (ENTREVISTADO 7)

A melhoria da estrutura dos Pavilhões da Festa da Uva é também apontada como uma solução por outros entrevistados, que acreditam não ser necessário investir quantias vultosas de dinheiro para tornar a estrutura do parque adequada para receber eventos:

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 (ENTREVISTADO 9).

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 (ENTREVISTADO 6).

Tanto a sugestão de melhorias da infraestrutura existente como a possibilidade de construção de novos espaços denotam que há um consenso sobre a necessidade de tomadas de iniciativas para melhorias para a promoção de eventos de negócio em Caxias do Sul.

## 6.2 CULTURA DO EMPRESARIADO

Os aspectos culturais de uma localidade podem ser fatores decisivos para o sucesso ou insucesso em termos de turismo. Um dos entraves apontados pelos entrevistados é referente à cultura do empresariado da cidade. Afirma-se existir a tendência ao individualismo:

Eu não consigo entender como é que os empresários não conseguem se juntar - cada um pensa para o seu umbigo -, e ver que dá para ganhar dinheiro (ENTREVISTADO 4).

Uma das consequências da falta de união entre os empresários está ligada à demora na decisão a respeito do local para o novo aeroporto da Serra Gaúcha. Lideranças de diversos locais lutam para receber o aeroporto, o que dificulta o consenso e, conseqüentemente, enfraquece a ideia:

Falta lideranças com discursos para o turismo, e acaba tendo o discurso corporativo segmentado muito forte, isso inclusive justifica a dificuldade na questão do aeroporto. Identifiquei que existem 12 lugares que querem ser aeroporto, sendo que, tecnicamente, é ali o lugar (em Vila Oliva, Caxias do Sul). Porque quando você tem ausência de uma liderança, até Portão quer ter o aeroporto da Serra Gaúcha, Caxias mesmo tem duas possibilidades de aeroporto, outra em Farroupilha, todo mundo quer ter o aeroporto (ENTREVISTADO 8).

Na mesma linha, defende-se a ideia de que é preciso que a iniciativa privada realmente se una e trabalhe em conjunto. Conforme a narrativa a seguir, essa união não deve se resumir tão somente às reuniões e encontros promovidos:

É uma característica muito forte do caxiense, pensar individualmente. Se juntam em uma reunião e ponto, ficou nisso. Agora, para a prática, não estão. Então, a partir do momento em que entenderem isso e que entenderem que quando a gente faz alguma coisa tem que pensar no todo - eu vou ganhar, tu vais ganhar, a cidade vai ganhar - é aí que as coisas funcionam. Estão aí os modelos do mundo inteiro, não sou eu que estou dizendo isso. É no mundo inteiro (ENTREVISTADO 4).

Outra questão levantada diz respeito à compreensão da lógica do turismo, que parece não existir em Caxias do Sul. Os entrevistados sugerem que o horário de atendimento dos estabelecimentos comerciais da cidade mostra essa realidade, na qual o turista não é levado em consideração. Além disso, novamente a questão da união e do diálogo é levantada:

Um outro gargalo que a gente tem é em horário de atendimento dos estabelecimentos comerciais relacionados com turismo, por que o turismo não pode seguir a lógica clássica de horário, disso a gente sente que o turista reclama muito...então se pelo menos existisse um rodizio né, num dia da semana uma galeteria fica aberta, por exemplo. Que tenha esse entendimento de horário de funcionamento, dentre outras coisas. Às vezes um turista precisa vir de carro e precisa consertar um pneu e daí tem que esperar até às 2h da tarde, que é a hora que a borracharia volta a funcionar. Esses acertos podem ser interessantes, e assim, é uma questão de diálogo (ENTREVISTADO 8).

Já presenciei uma situação muito desconfortável. Ao receber um professor espanhol, vindo pela primeira vez à Caxias do Sul, foi levado a uma churrascaria de grande expressão da cidade. Como anfitriã apresentei o professor aos gestores do estabelecimento, mas mesmo assim não foi possível obter um tratamento que pudesse colocar Caxias do Sul como uma cidade acolhedora. Como a chegada do mestre à cidade atrasou, a ida ao restaurante aconteceu por voltas das 22h. Em determinado momento, quando o professor ainda estava jantando, o gestor chegou à mesa e disse que já estava muito tarde e o local estaria fechando às portas, pois os funcionários haviam iniciado as atividades às 6h e por isso todo mundo estava cansado. Então, percebe-se que os gestores deste tipo de serviço não estão se importando com o forasteiro e sim com o seu negócio, unicamente (ENTREVISTADO 2).

O relato anterior demonstra uma nova questão a ser refletida: Caxias do Sul deseja receber turistas e visitantes? Está preparada para recebê-los? De acordo com os respondentes, o município não apresenta ainda condições que o classifiquem como hospitaleiro. Inclusive, há ainda quem pense que não há turismo em Caxias do Sul:

A preparação da comunidade para aceitar turista, isso é um bloqueio na nossa cidade, essa preparação, o interior precisa ser preparado para receber turista (ENTREVISTADO 7).

Quando nós fizemos a primeira pesquisa de perfil e nós fomos apresentar para o Conselho de Turismo o resultado da pesquisa de perfil, teve gente que saiu indignado, “como nós nos atrevemos a dizer que tinha turismo em Caxias”? No COMTUR. Que aquilo ali era ficção, que a nossa pesquisa era ficção, que não existia turista em Caxias (ENTREVISTADO 9).

Uma das sugestões apontadas para melhorar o quadro apresentado diz respeito à qualificação do empresariado, em especial em relação à feiras e eventos de negócio:

O empresário precisa entender a importância, falando especificamente de feiras, de se qualificar. De entender que ir em feira não é publicar um anúncio na revista. Você manda fazer, você publica e não tem nenhuma necessidade de envolvimento. É o entendimento, e na área de eventos também, por que não se consegue medir num primeiro momento quantitativamente, por exemplo, o retorno que um evento dá. Essa é uma dificuldade que a gente percebe. É aquela coisa, “eu quero retorno imediato”. A gente percebe, é uma coisa cultural (ENTREVISTADO 4).

Por outro lado, acredita-se que é preciso fazer a comunidade caxiense ter um envolvimento maior com o turismo. Para que isso aconteça, faz-se necessário que a população conheça Caxias do Sul:

Em Caxias com relação à cidade empreendedora nós estamos muito bem posicionados, o que nós temos que ter agora aqui é criar uma energia muito boa para receber o turista. Não só de passagem, mas que o turista também permaneça aqui em Caxias e nós temos aqui muita coisa boa. Um dos desafios também é nós fazermos com que Caxias do Sul conheça Caxias do Sul. Tem muita gente aqui de Caxias que não conhece o cânion Palanquinhos, que não conhece a primeira cooperativa da América Latina que está aqui em Forqueta... (ENTREVISTADO 6).

### 6.3 CONDIÇÕES DE INFRAESTRUTURA

Para atender a demanda turística, um município deve dispor de infraestrutura adequada, atentando para fatores como hospedagem, meios de transporte, rede de restaurantes e saúde (KNUPP, 2015).

Um dos pontos positivos relatados por boa parte dos entrevistados diz respeito aos serviços de hotelaria disponíveis em Caxias do Sul. Os entrevistados destacam a diversificação do setor, marcado pela presença do profissionalismo e pela qualidade dos hotéis que a cidade dispõe. Destaca-se ainda que a cidade está recebendo novos empreendimentos hoteleiros, denotando o crescimento do segmento:

Alcançamos uma boa e diversificada oferta em termos de hospedagem, especialmente com o surgimento de novos hotéis (alguns, inclusive, para serem inaugurados em breve) (ENTREVISTADO 3).

O setor hoteleiro está em crescimento em Caxias (do Sul), tem um grau de profissionalismo razoável (ENTREVISTADO 8).

Os entrevistados expressam a ideia de que a rede hoteleira de Caxias do Sul não representa um obstáculo a enfrentar, já que existe a possibilidade de os

turistas se hospedarem em cidades vizinhas sempre que necessário. Considera-se também o inverso, ou seja, os turistas podem hospedar-se em Caxias do Sul e visitar outros municípios da região. Essa ressalva mostra que não há uma posição definida de que a rede hoteleira corresponda por completo às demandas que o setor necessita. Os relatos expressam essa visão:

Com relação à rede hoteleira nós somos bem atendidos em Caxias, nós temos uma rede hoteleira boa, de qualidade bem boa. E temos aqui os municípios ao redor que podem também cobrir a demanda, como é feito na questão da Festa da Uva, quando tem eventos em Gramado ou coisa assim, que também lota lá e depois acaba respingando aqui na região como um todo (ENTREVISTADO 6).

Nós temos uma hotelaria boa, o ideal é que o turista que se hospede em Caxias do Sul e que vá visitar a região. Até por que o turismo não se faz sozinho (ENTREVISTADO 7).

Embora os entrevistados não relatem de forma direta, fica evidente que a rede hoteleira precisa ser incrementada e que ela não reflete a riqueza de um município que possui quase 500 mil habitantes. Além dessa observação, o sistema de hospedagem não apresenta uma variedade de hotéis que recebem hóspedes a baixo custo. Um dos relatos corrobora com esse pensamento e reforça a necessidade de hotéis de baixo custo para os trabalhadores envolvidos com todos os tipos possíveis de eventos e demandas correspondentes:

Hotéis me parece que não há queixas, está tranquilo, a não ser realmente uma hotelaria de baixo custo mas com acesso razoável para atender o pessoal do suporte técnico (ENTREVISTADO 9).

De acordo com o Sindicato Patronal da área hoteleira, a cidade possui 3.136 leitos, mas em expansão devido a novos empreendimentos hoteleiros sendo instalados. Sem dúvidas que para um município com um PIB que eleva a cidade como 30ª na classificação geral do País e uma população que ultrapassa a 500 mil habitantes, a infraestrutura hoteleira é escassa (ENTREVISTADO 2).

Para justificar a necessidade de incremento da rede hoteleira para diversos estratos sociais, é ressaltado que a cidade não contempla locais para atender congressos de estudantes, de professores, de pesquisadores, trabalhadores entre outros de grande porte. Dentre as narrativas, há relatos de que a cidade não conseguiu atender por completo um congresso de estudantes realizado em 2010. Foi necessário recorrer a outras alternativas de hospedagem:

Com base nos dados apresentados e trazendo uma experiência vivida em 2010, quando a UCS acolheu o Intercom Nacional – Congresso que reúne pesquisadores e estudantes da comunicação – pude constatar que a estrutura logística do evento não abrigava os inscritos no Congresso, que ultrapassou a 4 mil pessoas. Tivemos que buscar ajuda do Exército e de Empresas locais para montar alojamentos aos estudantes e outros participantes do Intercom (ENTREVISTADO 2).

Com base nas experiências dos entrevistados, percebe-se 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.

No que diz respeito à rede de restaurantes disponíveis em Caxias do Sul, a oferta é considerada variada e de boa qualidade e quantidade. Porém, o horário de funcionamento é tido como limitado. Registra-se:

Na gastronomia, alcançamos um patamar bastante interessante em termos de oferta, igualmente com serviços bem diversificados e acessíveis, em boa parte evidenciando e refletindo a cultura e as tradições locais que o turista procura, especialmente as de origem italiana (ENTREVISTADO 3).

Nós temos uma boa oferta de gastronomia, mas com horários muito complicados, não é um horário que atenda quem está no evento, que não vai dizer “eu vou parar meio-dia e vou almoçar”, não, as vezes está no evento e consegue almoçar 2h da tarde, 3h da tarde, e tu não almoça em Caxias (nesse horário). Como tu não jantas em Caxias depois das 9h da noite. Essas contingências de Caxias do Sul, é muito complicado para quem vem de uma outra cabeça, que trabalha com evento, que circula por todos os lados, não vai imaginar que tem que almoçar até uma hora da tarde (ENTREVISTADO 9).

Considera-se, portanto, que Caxias do Sul dispõe de opções gastronômicas de qualidade, mas que precisa atender em horários diferenciados para suprir a demanda dos participantes de feiras de negócio quando estas acontecem.

Outro aspecto bastante evidenciado concerne as condições do transporte que incluem transporte aéreo e terrestre para esse município. Quanto ao transporte aéreo, os entrevistados apontam ser um privilégio o fato de o município contar com um aeroporto regional e possuir voos diários para São Paulo, mesmo com as limitações operacionais. Entre essas limitações, é citada a falta de

instrumentalização, que impede pousos e decolagens em condições climáticas adversas.

No transporte aéreo, o aeroporto local vem suprindo a demanda, com quatro voos diários na ligação com o centro do país (São Paulo), mesmo com os eventuais problemas de operação em função do clima (ENTREVISTADO 3).

Olha o privilégio que nós temos, nós temos voos direto a São Paulo (ENTREVISTADO 7).

De acordo com o relatório elaborado pelo Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil (MTPA) e o Laboratório de Transportes e Logística da Universidade Federal de Santa Catarina (LabTrans/UFSC) (2017), não há espaço físico para implementar melhorias no atual aeroporto. Além disso, não existe ILS, instrumento utilizado para pousos e decolagens em dias de condições climáticas adversas. Não há espaço para a instalação desse instrumento, o que faz com que muitos voos sejam cancelados ou desviados para Porto Alegre.

A necessidade de um novo terminal com maior capacidade, possibilidade de transporte de carga e tecnologias que viabilizem voos em qualquer condição climática é discutida há alguns anos pelas lideranças da cidade. Existe a expectativa da construção de um novo aeroporto internacional em Caxias do Sul, promessa que o empresariado indica como importante para um polo industrial e que também pode possibilitar uma nova realidade para o turismo de eventos de negócio. As narrativas destacam a necessidade de o município se preparar para essa possibilidade:

Todo mundo fala agora no aeroporto de Vila Oliva e, na minha visão, não tenho dúvida nenhuma que uma hora o aeroporto vai sair, isso é uma questão de tempo. Acho que o município tem que começar a se preparar para isso. Eu acho que perto de Vila Oliva nós vamos ter um grande aeroporto (ENTREVISTADO 6).

Você tem um lado complicado no aeroporto que você só vai resolver com o trem. A gente tem exemplo aí de Congonhas e Guarulhos, se deixar para implantar depois ele (o trem) não chega nunca. Ele (o futuro aeroporto de Vila Oliva) fica mais distante de Bento. Mas a partir do momento que você explicar para a população do lado oeste da região que você vai ter um transporte seguro, rápido, o aeroporto vai fechar menos, vai ser moderno, vai ter mais voos, porque eu estou pensando numa escala ali, para esse aeroporto, de atender quatro milhões de passageiros-ano, é diferente da escala de menos de 300 mil do aeroporto atual de Caxias (do Sul). Por que eu estou falando esse número fantástico? Porque ele vai estar do lado de cá, de Gramado e Canela e esse público, para que esse público vai subir a Serra (vindo pelo aeroporto de Porto Alegre) se tem um Aeroporto Internacional praticamente na cidade? (ENTREVISTADO 8).

Quanto ao transporte terrestre, é evidenciada a disponibilidade de prestadores de serviços pelo município como um local que atende demandas para municípios menores ou mesmo para a própria capital. A cidade tem sido um polo de serviços, o que inclui os transportes.

Dispomos, ainda, de uma importante rede de prestadores de serviços do transporte terrestre (ônibus, vans e automóveis), para atender a esse e outros tipos de turistas que nos visitam (ENTREVISTADO 3).

Outro ponto a ser discutido na 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 como 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 (ENTREVISTADO 3).

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 (ENTREVISTADO 7).

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 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 (ENTREVISTADO 9).

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:

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. (ENTREVISTADO 9).

Vale ressaltar aqui que esse relato considera o UBER<sup>34</sup> como um serviço que melhorou a mobilidade em Caxias do Sul.

Considerando as narrativas acima expostas, os transportes em Caxias do Sul, tanto aéreo como terrestre, aparecem como dificuldades relacionadas à infraestrutura, mesmo que seja reconhecida a importância de dispor atualmente 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, o que denota a necessidade do estabelecimento de políticas e investimentos públicos nessa questão.

A estrutura de saúde existente em Caxias do Sul foi destacada por alguns entrevistados como pontos positivos para suporte do turismo. É importante lembrar que a cidade dispõe de vários hospitais e que é centro de referência para os municípios menores que utilizam essa rede. Considera-se, nesse quesito, que a rede hospitalar do município possibilita mais segurança para os turistas, em especial para o público da terceira idade:

Caxias (do Sul), por ser uma grande metrópole, quem viaja também hoje - a melhor idade, ou a terceira idade - quando ela vai viajar (vai considerar) a questão da segurança. Não só segurança física, pela segurança da saúde. Nós temos aqui o próprio hospital Geral, é uma referência nos hospitais na visão de qualquer pronto atendimento (ENTREVISTADO 6).

Os serviços de medicina de Caxias do Sul precisam ser melhor explorados pelo turismo, em especial a medicina esportiva. Essa especialidade é citada nos relatos dos entrevistados como oportunidade:

Nós temos uma rede hospitalar, um conceito de medicina em Caxias do Sul que pode ser explorado. Nós temos medicina esportiva em Caxias do Sul, ninguém tem medicina esportiva como nós temos aqui (ENTREVISTADO 7).

---

<sup>34</sup> UBER é um aplicativo de *smartphones* que permite ao usuário solicitar um veículo com condutor mais próximo por um valor pré-determinado. O serviço é disponibilizado em Caxias do Sul desde 2016 e tem como características a agilidade, a qualidade e tarifas mais acessíveis que o serviço de táxi.

Por fim, ressalta-se que a estrutura de saúde existente em Caxias do Sul serve não somente para atender os turistas, mas também pode ser estudada como um gerador de demandas por si só, o que, segundo o participante, carece de mais estudos:

Um outro setor que precisa dessa estrutura é em função da centralidade que a saúde tem para Caxias do Sul. Caxias do Sul representa mais do que uma centralidade dos 49 municípios da região funcional III ou nordeste do Rio Grande do Sul. Porque em alguns casos vai até para região de Passo Fundo essa questão da lógica da saúde. A lógica é que se o paciente vai para o hospital a família vai se hospedar. Então a gente ainda não tem nenhum um estudo sobre esse impacto que isso tem na cidade, é até difícil a gente analisar. (ENTREVISTADO 8)

#### 6.4 RESPONSABILIDADES ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

Um dos objetivos da realização deste trabalho é o de identificar a quem são atribuídas as responsabilidades para a tomada de iniciativas e realização de melhorias no turismo. Nesse sentido, o papel do poder público é questionado pelos entrevistados, que apresentam sugestões em diversos sentidos.

Os participantes da pesquisa acreditam que o poder público não precisa sequer investir dinheiro para promover avanços no turismo caxiense. Basta, por exemplo, que a prefeitura da cidade e a secretaria municipal de turismo apoiem eventos que já estão sendo realizados pela iniciativa privada, o que pode contribuir para a imagem do evento e do município:

O poder público tem que estar na frente, ele não precisa nem investir dinheiro. Eu pego de exemplo assim ó: “o Sindicato dos Hotéis. Bares e Restaurantes vai fazer a Festa da Uva de Caxias do Sul”. Como isso é visto lá fora? Agora, se for a prefeitura, através de sua secretaria, aí muda: “A Prefeitura de Caxias do Sul, através da sua Secretaria de Turismo promove a Festa da Uva”, aí é outra coisa. É outra história. Então, eu acho que o poder público tem que estar na frente, tem que assumir o direcionamento, esquecer a política (ENTREVISTADO 7).

O mesmo entrevistado reitera que todos os atores do cenário turístico devem se envolver com a causa, porém a prefeitura deve assumir a liderança e organizar as demandas, concedendo pequenos benefícios quando necessário:

Toda a comunidade tem que estar envolvida com turismo, mas encabeçada pela prefeitura. Não precisa colocar muito dinheiro, mas tem que dar o posicionamento. O poder público tem que ajudar, o poder público tem que contemplar, não só querer “sugar”, dar algum benefício, dar alguma coisa, tirar algum imposto, uma pequena ajuda, uma melhoria ali na estrada (ENTREVISTADO 7).

O poder público tem que fazer a sua parte facilitando. E quando eu falo facilitando, não é criando uma benesse. Acho que o poder público tem que ser ágil o suficiente para que aquilo que cabe a ele, fazer com que se criem políticas de incentivo ao próprio turismo. A iniciativa privada tem uma tônica só que não pode ser diferente, a empresa que não dá lucro está fadada a quebrar, a iniciativa privada quer é lucro, por que o lucro representa reinvestimento, melhor salário, redistribuição de renda e assim vai. Ao poder público cabe utilizar os recursos dos impostos e investir nas áreas de interesse do município como um todo. Na minha opinião o município da nossa região que não implementar políticas ligadas ao turismo certamente vai perder o trem da história. Caxias está acordando, mas tem que ser mais ágil (ENTREVISTADO 6).

Outros entrevistados acreditam que o governo pode investir em áreas estratégicas e de custo aparentemente baixo, como é o caso da sinalização turística da cidade:

Sinalização turística, há uma série de placas que não se conversam entre si. Eu fiz um exercício de localização das placas, que são muitas placas que nós temos, nenhuma tem um começo, meio e fim. Na sinalização turística o que nos salva é que hoje a gente usa o celular. Porque se a gente depender das placas, como há pouco tempo a gente dependia, a gente tem dificuldade ao entrar e em achar o roteiro (ENTREVISTADO 8).

Fazer placa, acho que é a coisa mais importante que tem quando você viaja é estar sinalizado (ENTREVISTADO 7).

Também existe a preocupação com a questão da acessibilidade e segurança, a qual deveria ser regulamentada e organizada pela administração municipal:

Nós temos que ter cidades inteligentes, cidades com monitoramento permanente, cidades que têm acessibilidade. Nós temos a pessoa com expectativa de vida maior, óbvio que quando a gente vai ganhando anos de idade começa a diminuir a condição física de deslocamento, não se consegue subir uma escada, e assim vai. Será que a cidade está se preparando para ter essa acessibilidade com pisos táteis e coisas mais? Eu diria que Caxias do Sul é uma cidade diferente, já tem isto. Mas ainda tem uma caminhada muito grande para ser feita aqui (ENTREVISTADO 6).

Outra solução sugerida de baixo investimento diz respeito à confecção e distribuição de materiais gráficos com informações turísticas de Caxias do Sul em agências de turismo de todo o Brasil:

Como é que uma agência de turismo de Sorocaba por exemplo vai vender Caxias do Sul? Ela não tem nenhum material lá, não tem nada. A pessoa que está lá diz "Ah, eu quero ir lá para a Serra Gaúcha". O que ela (agência de turismo) tem em cima da mesa? Gramado e Canela. Se tiverem um folder lá dizendo "nós temos Gramado, Canela, podemos aproveitar e conhecer a região dos Vinhedos, Caxias do Sul, Bento Gonçalves", isso faz turismo, é pequenas atitudes (ENTREVISTADO 7).

Se o cara (turista) chegar lá (numa agência de viagens) e disser "olha, eu quero ir pra Caxias do Sul por que eu ouvi falar que lá tem Festa da Uva, aí o cara (agente) vai pesquisar, né? "Ah, Caxias do Sul, é bom né, vou vender uma passagem para o senhor, tem avião direto" (ENTREVISTADO 7).

Entretanto, o papel desempenhado pelos funcionários e cargos de comissão do poder público foi questionado pelos respondentes da pesquisa. Segundo os entrevistados, Caxias do Sul teve a possibilidade de consolidar-se como localidade turística, mas não o fez por não saber (ou não desejar) captar recursos públicos federais para tal, o que denota a necessidade de profissionalizar o setor:

Caxias do Sul perdeu o trem da história nos últimos quatro anos. Infelizmente, porque a gente tinha recursos fáceis do governo federal para implantação turística, e nós vimos roteiros turísticos sendo fechados. A forma de roteiros integrados deu um passo para trás enquanto a gente viu uma série de municípios se consolidando como localidade turística. Caxias não fez esse caminho, eu estou falando do turismo de lazer, e até a questão do turismo de eventos. Nesses últimos quatro anos a gente não deu um grande avanço e eu acho que ainda que perdemos eventos para Bento Gonçalves, então a gente teve um retrocesso. Eu acho que a profissionalização dos profissionais que lidam com isso no setor público é importantíssima, é a principal melhoria que você precisa e isso não tem custo, a princípio. É mínimo (ENTREVISTADO 8).

Dentre as narrativas, podemos observar uma crítica à atual secretária de Turismo de Caxias do Sul, que pretendia apresentar um novo plano de turismo somente nove meses após a posse da nova equipe de governo:

A secretária de turismo de Caxias do Sul disse que só ia apresentar o plano dela na semana do turismo em setembro (de 2017). Quer dizer, nós vamos ficar nove meses sem plano nenhum? (ENTREVISTADO 7)

Até a finalização deste trabalho, em dezembro de 2017, não houve a apresentação de qualquer novidade ou alteração no Plano Municipal de Turismo. O atual documento entrou em vigor em 2013 e também foi lembrado pelos respondentes, que argumentam que essa lei foi aprovada às pressas e com diversas falhas, sem a necessária discussão por parte dos envolvidos:

Há que se considerar, ainda, que o Plano Municipal de Turismo não foi suficientemente debatido e, muito menos elaborado, pelos agentes que formam a cadeia produtiva do turismo local. O próprio Conselho Municipal do Turismo ficou à margem dessa discussão, o que é lamentável. A Lei foi aprovada às pressas, sem um aprofundamento no debate e na análise técnica, além de ter, em boa parte da sua redação, a ingerência de consultor(es) contratado(s), de fora do município, que têm pouco conhecimento da nossa realidade. Creio que é urgente revisar o Plano Municipal de Turismo, adequando-o à realidade de Caxias do Sul, mesmo que seja uma Lei relativamente recente, mas que foi aprovada com inúmeras falhas (ENTREVISTADO 3).

Por outro lado, algumas iniciativas já tomadas pela secretaria municipal do turismo de Caxias do Sul foram lembradas, tais como o mapeamento das Zonas de Interesse Turístico:

Lá na secretaria do turismo existe um plano municipal do turismo tem as zonas de interesse turístico, as ZITs, que estão dentro do plano diretor, ali demonstra claramente as regiões que Caxias do Sul pensa em desenvolver na questão do turismo (ENTREVISTADO 6).

De acordo com o entrevistado, a Secretaria também é responsável pelo treinamento de trabalhadores do setor, a fim de que sejam hospitaleiros:

A própria secretaria do turismo faz um trabalho forte lá e vem fazendo a bastante tempo aí na questão do treinamento junto, não só dos estagiários que atendem a Central de Atendimento ao Turista, mas também os taxistas de Caxias do Sul, 100% deles tem treinamento na forma como tem que atender turista. E aí eu diria o seguinte, livre concorrência. A chegada do Uber fez com que o próprio taxista agora cada vez mais se predisponha a realizar um bom atendimento ou excepcional atendimento (ENTREVISTADO 6).

Para os entrevistados, a própria natureza do poder público faz com que alguns assuntos demorem para evoluir. Um dos obstáculos que pode ser considerado é a tendência de mudanças nos planos e projetos desenvolvidos quando há troca de gestores municipais:

Tem que ter um plano de médio e longo prazo. Independente de entrar governo A, B e C, esses planos precisam ter continuidade, se não daqui a pouco acontece, como a gente às vezes ouve na mídia, quando o governo novo entra, parece que o governo passado não contribuiu em nada. Está errado, até porque ninguém vai entrar na área pública se não tem a vontade de deixar a sua marca lá (ENTREVISTADO 6).

Outra questão levantada diz respeito à burocracia estatal, como no caso das licitações públicas:

Na iniciativa privada você faz, paga e se deu algum problema você paga de novo e manda fazer, está acabado, você é o dono do negócio. Na área pública, uma coisa é você querer fazer e outra é você poder fazer. Tem todo um trâmite. O *time*, o tempo de acontecer as coisas na iniciativa privada é um, na área pública é outro totalmente diferente por um engessamento que tem que ser cumprido pela lei das licitações (ENTREVISTADO 6).

Diversas outras responsabilidades são atribuídas pelos respondentes como pertencentes aos agentes privados ligados ao turismo de eventos, tais como hotéis, restaurantes, promotores de eventos e outros. No caso específico de Caxias do Sul, os entrevistados não veem o poder público investindo tão cedo no turismo, o que acarreta em uma maior responsabilidade por parte da iniciativa privada:

O Poder Público não sinaliza com a possibilidade de priorizar e incentivar o setor. Basta ver o recente episódio de adiamento do nosso principal evento, a Festa da Uva, o que certamente trará uma série de inconvenientes para a cidade, especialmente na sua projeção diante do turismo nacional e mesmo em outros países do Mercosul (ENTREVISTADO 3).

O serviço público tem que apresentar facilidades, ele tem que facilitar. Mas quem tem que ir lá para frente batalhar e construir é o empresário (ENTREVISTADO 9).

A 32ª edição da Festa da Uva, prevista para ocorrer em 2018, foi adiada para o ano seguinte. Alegou-se como motivo a falta de recursos públicos e a necessidade de reformulação no formato do evento.

De acordo com as narrativas coletadas, compreende-se que uma das principais responsabilidades por parte dos empresários diz respeito à criação de atrativos turísticos:

Penso que as mudanças e melhorias que se fazem necessárias terão que partir da iniciativa privada. Precisamos de empreendedores que estejam dispostos a investir no turismo e na área da hospitalidade como um todo. Não basta construir aqui novos hotéis (pelo menos mais 2 serão inaugurados em 2018); é necessário criarmos empreendimentos e atrativos que possam despertar o interesse dos turistas em vir para Caxias do Sul e aqui ter um tempo de permanência maior, seja participando de um evento, ou mesmo a lazer ou por outra motivação, e não apenas ser uma cidade de passagem (ENTREVISTADO 3).

Nós temos só um hotel de lazer, que é o Samuara, agora eu sei que o Dall'Onder está investindo em Caxias, mas que eu saiba não com hotel de lazer, ele está investindo com hotel executivo. Mas nós precisaríamos de um grande hotel de lazer. Que acionasse toda a cidade. Por que hotel de lazer tem que ter espaço para criança, tem que ter espaço pra família (ENTREVISTA 9).

O município de Bento Gonçalves novamente é citado como exemplo. Conforme os respondentes, iniciativas empresariais tornaram a cidade atrativa:

Olha, eu acho que o exemplo de Bento nos mostra que o empresário atento consegue muita coisa. Em Bento o Dall'Onder inventa Bento como turismo. Ele faz um investimento de hotel de lazer e vai construindo ofertas para qualificar o lazer para o seu hóspede, como a Casa da Ovelha (ENTREVISTADO 3).

É um trabalho de 20, 30 anos em Bento Gonçalves, é preciso valorizar o que eles fizeram. Isso não é de hoje para amanhã, olha quantos anos eles têm trabalhado em cima e se focando em turismo. Eu acho que é isso aí que a gente precisa (ENTREVISTADO 7).

Sugere-se, inclusive, que o empresário Raul Randon (presidente do conselho administrativo das empresas Randon) faça investimentos no setor:

Talvez fosse muito interessante se o seu Raul Randon resolvesse botar a mão no turismo de Caxias. Aonde ele bota o dedo sai ouro. Eu acho que a gente teria que convidar o seu Raul Randon para investir em turismo. E aí eu tenho certeza que a coisa ia funcionar (ENTREVISTADO 9).

A narrativa apresentada abaixo apresenta uma ideia já posta em prática em um evento realizado em 2009 em Caxias do Sul. Na ocasião, os organizadores do evento tomaram algumas iniciativas para melhorar a recepção e a estadia do participante do evento na cidade:

[...] E aí se criou naquela ocasião o Clube do Expositor Plastech Brasil. A gente gerou um cartão, um cartão de crédito mesmo, personalizado, para cada expositor e cada atendente do seu estande. Aquilo realmente teve um investimento bastante alto. O que era isso? Nós contratamos uma pessoa, ela visitou os principais restaurantes, as principais casas noturnas, tudo o que um turista pode precisar. Uma farmácia, um posto de combustível, uma parceria com os táxis, ou seja, a gente fez todo um projeto, desenvolveu todo ele. Nós dávamos um folder com toda a informação. “Restaurante Zezinho da Esquina, abre de tal a tal horário, cardápio é esse e vai dar 10% de desconto para quem apresentar o cartão”. O outro local, a “Chiquinha da Silva, tele entrega na pizza grátis. Entrega no hotel. Então a gente cercou tudo isso e transformou em um produto, então o expositor chegava na feira, recebia seu crachá, seu cartão e o folder. Eles tinham um guia da cidade (ENTREVISTADO 4).

A iniciativa de reunir e sistematizar informações importantes por parte da organização do evento deve ser considerada como um modelo para outros eventos a serem realizados futuramente, o que prova que os agentes privados têm poder imediato de melhorar e transformar, mediante organização e integração.

Por outro lado, há entrevistados que afirmam que Caxias do Sul não explora satisfatoriamente os atrativos que já possui, como é o caso da Igreja São Pelegrino e a gastronomia:

Um dos lugares que a gente entrevistou foi na (igreja) São Pelegrino, mas daí se ouve “Ah, o ônibus para ali, visita e vai embora” ... sim, mas passou ali e nós fomos incompetentes para convidar para um almoço, para um churrasco no CTG, para um galeto... (ENTREVISTADO 9).

O galeto nasce em Caxias e por muito tempo se dizia “galeto de Caxias”. Hoje toda a Serra faz galeto e Caxias não se apropriou da marca. Mesmo o que - ao que nos parece - é da cidade, não se consegue explorar. E aí não adianta ação da Câmara, “ah, é patrimônio cultural de Caxias”. Isso é um papel, agora é necessário trabalhá-lo como marca. Pode ter Galeto em vários lugares, mas o de Caxias é o autêntico, é o mais galeto (ENTREVISTADO 9).

Na mesma linha de pensamento, argumenta-se que os empreendedores do setor deveriam trabalhar com estratégias mercadológicas para evidenciar o município de Caxias do Sul:

Há certos movimentos que a cidade faz em algum sentido e parece que não faz em outros. Ter uma linha de souvenir do galeto, campanha “Visite Caxias”, o hambúrguer, as hamburguerias que são tão fortes aqui, construir a marca “a cidade do hambúrguer”. “Ah, mas a minha cidade também tem”. Tem! Mas é uma construção mercadológica. Tem um Jaime Rocha (hamburgueria)? Não, Jaime Rocha só tem aqui (ENTREVISTADO 9).

Outras entidades de caráter privado da cidade são lembradas:

O principal ponto é a profissionalização daquela entidade que é a Festa da Uva (Empreendimentos S/A). Acho que esse é o principal ponto. Porque ela é o principal captador de feira (ENTREVISTADO 8).

Outro aspecto importante é qualificar e fortalecer o Caxias Convention Bureau para que possa exercer a função principal de um *convention*, que é a captação de eventos para a cidade (ENTREVISTADO 3).

Eu acho que Caxias do Sul tem um órgão que se chama COMTUR que dá a direção. Depois nós temos Convention Bureau que busca atrativos, depois nós temos até o próprio sindicato (dos Hotéis, Bares e Restaurantes) que representa a categoria que executa isso (ENTREVISTADO 7).

Por fim, percebe-se que a iniciativa privada tem receio de investir em atrativos e estruturas maiores para receber eventos por conta dos períodos em que os empreendimentos podem ficar ociosos:

Na realidade, quando é privado, eu acho que algumas vezes a pessoa também fica com dúvida no investimento, se vai ter uma demanda para aquilo. De repente tu vais construir um hotel com capacidade para 700 pessoas, mas quantas vezes durante o ano vai ocupar? Apesar de que a gente vê o pessoal com dificuldade até para formaturas... (ENTREVISTADO 5).

Logo, sugere-se que a iniciativa privada trabalhe com empreendimentos e atrativos menores, cabendo ao poder público a construção de estruturas mais complexas:

A iniciativa privada eu acho que tem um certo receio de investir e de não ter de repente tanto fluxo. Na questão pública, Farroupilha tem o parque da Fenakiwi, Bento tem lá também o Fundaparque, e é municipal, eles têm uma boa estrutura. Então eu acho que, dependendo para o tipo de evento que a gente for fazer esses menores segmentados eu acho que vai na linha do privado mesmo, de ter um hotel, um auditório, teatro, alguma coisa que tenha capacidade. Quando é para evento maior tem que ir para linha do público mesmo, pois é muito difícil alguém investir em um grande pavilhão para feira. Mas está faltando... (ENTREVISTADO 5).

O relato acima exposto evidencia uma ideia recorrente no meio privado: não assumir o risco de ficar sem lucros, deixando que o poder público invista quando não há garantia de retorno. Trata-se de uma questão cultural e econômica.

Em meio a discussão sobre a atribuição de responsabilidades, uma das ideias defendidas pelos entrevistados diz respeito à articulação entre o poder público e a iniciativa privada para fazer o turismo acontecer. Considera-se necessária a integração entre todos os atores do cenário turístico de eventos de Caxias do Sul:

Uma maior integração entre os setores público e privado. Vejo que a distância existente entre os dois setores é um entrave para um maior desenvolvimento do turismo em Caxias do Sul. Ao meu ver, os setores – público e privado – atuam de forma isoladas. Cada qual cuida de sua atuação e da busca de resultados. Esta dicotomia promove a existência de dois campos com princípios diferentes e com objetivos diferenciados (ENTREVISTADO 2).

Para que esse objetivo seja alcançado, os entrevistados argumentam que é preciso abandonar as rivalidades, competições e diferenças e promover a união de iniciativas, com a participação de todos.

Defendo a ideia de que os órgãos responsáveis pelos eventos e feiras devem deixar de lado a rivalidade e a competição e partir para a busca de formas de fomentar o desenvolvimento local com a adoção de práticas que estimulem o acolhimento de pessoas que estão dispostas a visitar a cidade (ENTREVISTADO 2).

Enquanto insistirmos em agir de forma dispersa, cada profissional ou agente tentando atrair o turista a seu modo, sem uma definição clara do que podemos oferecer e sem uma política clara e sustentável de gestão do turismo, não vamos conseguir avançar, pelo contrário, as dificuldades tendem a aumentar (ENTREVISTADO 3).

Mas as pessoas precisam entender esse processo. Todos precisam se envolver, a gente só constrói o turismo ou qualquer coisa com todo mundo ajudando. Essa não é uma questão política. Não é o poder político que tem que resolver. O poder político tem que andar junto. Quem tem que buscar isso é o setor empresarial. E falta união. Em Caxias infelizmente não perceberam que os negócios estão aí e que podem acontecer. É uma minoria que está brigando individualmente por isso (ENTREVISTADO 4).

Argumenta-se, inclusive, que não se pode ficar esperando pela iniciativa alheia, ou um ficar esperando do outro sem fazer sua própria parte.

O poder público tem as suas atribuições. A iniciativa privada quer ganhar dinheiro. Então vamos trabalhar juntos. Vamos fazer um projeto juntos. Cada um faz a sua parte. E não adianta dizer “ah, mas a Festa da Uva não me dá um centro de eventos maravilhoso”. O que eu estou fazendo para isso mudar? Então, cada um faz a sua parte (ENTREVISTADO 4).

Essa é uma das preocupações centrais desse trabalho. Nesse sentido, percebe-se que os relatos apontam desunião e falta de iniciativas por parte de vários dos atores do cenário. Eventualmente, um ou outro toma alguma iniciativa isolada. A grande questão que deve ser feita é: quem deve tomar a iniciativa de organizar e integrar cada um desses atores?

Além disso, levanta-se outra questão: qual é realmente o foco do município? Em que sentido se deve trabalhar? Que tipo de turismo se deseja ter?

É preciso que haja uma ação forte e determinada da comunidade, através das suas entidades, de forma integrada com a Prefeitura e com os setores produtivos, com uma participação efetiva do Conselho Municipal do Turismo, no sentido de definirmos imediatamente o que queremos do turismo em Caxias do Sul, para, a partir daí, podermos vender o município como destino competitivo para receber eventos dos mais diferentes tipos e aumentar o fluxo turístico (ENTREVISTADO 3).

Os relatos expostos nesse segmento do trabalho remetem ao que defende Vargas (2001, p. 40). Para o autor, não há possibilidade de obter sucesso na

atividade turística se não houver investimentos em infraestrutura, capacitação profissional, tecnologia e marketing. Esses investimentos, por sua vez, dependem de uma união de esforços entre os setores público e privado, que devem dividir responsabilidades.

## 6.5 NOVO TURISMO

Sempre que se reflete a respeito do futuro de uma localidade, é necessário também observar a situação atual. Uma das preocupações existentes não somente em Caxias do Sul como em todo o Brasil diz respeito à economia. O fato de a cidade depender da indústria para manter-se economicamente ativa torna o panorama ainda mais preocupante.

Os participantes desta pesquisa não deixaram de comentar sobre a crise econômica de Caxias do Sul, acreditando que dificilmente o município terá os mesmos índices de emprego e desenvolvimento que já teve em anos anteriores:

Caxias com esta crise que aí está instalada, e aqui nós estamos sofrendo muito, porque o Polo metalomecânico, indústria pesada, a planta de Caxias está muito fundamentada em cima disso, ela estava sofrendo e continua sofrendo com isso (ENTREVISTADO 6).

Caxias do Sul não vai mais voltar aos níveis de emprego que nós tínhamos no passado somente absorvidos pelo polo metalomecânico. Nós estamos mal localizados geograficamente. Tem muita empresa que já repensa suas atividades, em começar a desenvolver em outros estados - São Paulo, Rio (de Janeiro) e na região mais central do Brasil, porque querendo ou não querendo São Paulo é que dita a grande regra da produtividade no país e você (a indústria) às vezes está longe de uma siderúrgica, de um grande polo consumidor ou coisa parecida. Isso traz uma desvantagem competitiva (ENTREVISTADO 6)

Percebe-se que a crise econômica pode influenciar na competitividade industrial, na qual Caxias do Sul pode apresentar diversas desvantagens em relação a outras partes do país e do mundo.

No passado isso até não era tão significante. As margens de lucratividade eram diferentes de hoje. A própria competitividade internacional, os mercados eram muito mais protegidos, você não tinha muitos concorrentes, hoje não (ENTREVISTADO 6).

Os entrevistados não acreditam que Caxias do Sul vai voltar a crescer com base no desenvolvimento da sua indústria metalomecânica, sendo necessário investir em outras áreas, a exemplo do turismo:

Caxias é o segundo polo metalomecânico. Ponto, estacionou aí. Está na hora de ser alguma coisa em outra área. E aí realmente percebendo que o turismo está caindo de maduro há quantos anos (ENTREVISTADO 4).

Nesse sentido, os respondentes lembram que Caxias do Sul já recebe um considerável fluxo de visitantes em função das empresas estabelecidas na localidade, o que pode ser considerado um potencial a ser investido:

Caxias (do Sul) recebe mais de 200 mil, deve já estar próximo de 300 mil pessoas em função desse tipo de turismo, de turismo de negócios e eventos, pela centralidade das Indústrias. Nós temos oito grandes indústrias em Caxias, praticamente três grupos econômicos que atuam em setores próximos, metalomecânica (ENTREVISTADO 8).

Tem essas grandes empresas que trazem muita gente. O que a Marcopolo traz todo o mês é um número enorme de pessoas, eles trazem gente de todo o mundo para a empresa. Então é um turismo, é um público grande (ENTREVISTADO 9).

Conforme já abordado neste trabalho de pesquisa, diversas feiras e eventos de negócio de grande porte já aconteceram com periodicidade em Caxias do Sul. No entanto, somente a Mercopar aconteceu no ano de 2017, sendo que se cogitou inclusive o cancelamento desse evento:

Essas grandes feiras, que agora Caxias está mais restrita, como a gente já tem mais de 20 anos de atuação a gente já viu passar Transtec, Plastech, um monte de *tech* aí, agora me parece que feiras com periodicidade fixa eu acho que agora é só Mercopar. Ia ter Plastech esse ano, mas acho que não vai mais ter (ENTREVISTADO 5).

Caxias está com a Mercopar. Se for avaliar um gráfico da economia, sempre há picos e depois declínios, então a gente vê ao longo do tempo algumas épocas que são mais de declínio, mas essa crise é a mais longa e a mais complicada que eu já vi, de dois anos para cá incluindo esse foram os piores. Realmente a gente vê que está impactando muito então até uma Mercopar a gente ouve falar que existe a possibilidade de não acontecer, que é nossa única feira em Caxias dessas de grande porte (ENTREVISTADO 5).

A Festa da Uva ainda é lembrada como um evento de negócio, mas percebe-se que há potencial para muito mais:

Nós temos aí feiras fortes como a Mercopar e a própria Festa da Uva, que tem a parte da indústria. Mas eu diria que se nós compararmos aí o poderio que Caxias do Sul tem em relação a isso, tem muito a ser feito (ENTREVISTADO 6).

De acordo com os relatos dos entrevistados, Caxias do Sul está em desvantagem competitiva diante de outros municípios vizinhos da Serra Gaúcha, provavelmente por não ter investido na atividade turística:

O fato de Caxias do Sul não priorizar o turismo como atividade econômica sustentável, optando por investir em outras áreas, principalmente na metalomecânica, fator que nos coloca em desvantagem competitiva em relação a outros municípios, inclusive aqui da região (ENTREVISTADO 3).

Então, na realidade, se tu for comparar com outras cidades, até Bento tem mais feiras fixas. E se for para outras cidades que já tem periodicidade garantida, aí dá para se dizer que a atividade já é consolidada (ENTREVISTADO 5).

Se for comparar o volume de eventos técnicos que a gente faz aqui (em Caxias do Sul) em relação a Gramado, nossa... Gramado tem recepcionistas que eventualmente vem atuar aqui com a gente, elas têm como profissão recepcionista, elas saem de um evento e entram em outro, tem um fluxo de eventos na cidade que - tudo bem, tem esse apelo de Gramado como cidade turística que as vezes a favorece como um destino - mas lá isso gira direto. Aqui acontece, mas às vezes falta um pouco de apelo porque a gente não tem essa questão tão forte de equipamento para receber (ENTREVISTADO 5).

Faz-se necessário observar que as cidades de Bento Gonçalves e Gramado aparentemente realizam mais eventos de negócio na atualidade do que Caxias do Sul. 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.

Nessa mesma linha de pensamento, os entrevistados argumentam que Caxias do Sul deve se desenvolver como uma cidade turística e pode incluir o turismo em sua matriz econômica.

Durante muito tempo nós tivemos aí o polo metalomecânico que é o que realmente ativa a economia de Caxias, mas Caxias está acordando agora na certeza de que o turismo é uma das fontes alternativas para que se possa agregar valor a planta econômica de Caxias do Sul, porém no meu entendimento Caxias carece sim de alguns investimentos fortes (ENTREVISTADO 6).

Mais do que nunca, neste momento, onde atravessamos uma grave crise econômica, o turismo apresenta-se como uma alternativa viável para a nossa matriz econômica, como forma de gerar empregos e renda (ENTREVISTADO 3).

Qualquer pessoa que chega em Caxias vai consumir alguma coisa. Se ela entrar na cidade, a partir do momento que ela entrou ela vai consumir alguma coisa. Ela vai consumir o táxi, ela vai consumir o ônibus, ela vai consumir o avião, ela vai deixar divisas. Ela vai tomar um café, ela está deixando divisas. Tudo o que é turismo é receita. E essa receita fica aonde? Em Caxias do Sul. E o serviço fica aonde? Na cidade. Então, por que não investir? Tanto é que nunca se ouviu falar tanto em matriz econômica do turismo para Caxias como nos últimos 12 meses. [...] A crise veio se somar ao fator econômico extremamente positivo, por que crise para mim é sempre aquele motivo para tirar a bunda da cadeira - desculpe a expressão - e fazer diferente. Ou tu vais continuar sentado reclamando. Então agora parece que todo mundo acordou (ENTREVISTADO 4).

Eu acho que aqui se fala muito em turismo de negócios, turismo de eventos turismo esportivo, turismo religioso. Acho que tudo isso vai somar na contribuição da planta econômica de Caxias. O que eu percebo é que o turismo vai contribuir nessa questão dos reposicionamentos de empregos em Caxias (ENTREVISTADO 6).

Argumenta-se que a cidade está trabalhando a ideia à medida em que se dá conta de que as atuais bases econômicas de Caxias do Sul serão insuficientes para seu futuro:

Temos que cuidar para não virar uma Detroit. As vezes os empresários podem até questionar: “então agora o senhor está dizendo que as indústrias vão embora daqui”? Não é isso que eu estou dizendo, o que eu estou dizendo é que o turismo neste momento pode, deve e vai contribuir muito com essa questão ligada à distribuição de renda, da geração de emprego. Os polos aí consolidados como metalomecânico, plástico, vinícola, eles vão continuar assim, talvez não com o volume que a gente gostaria. Essa mão de obra vai ter que ser absorvida em algum outro setor (ENTREVISTADO 6).

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:

Este é um bom nicho de mercado, pois nossa cidade é industrializada nos vários segmentos que compõem a cadeia econômica. Fortalecendo esse setor, inúmeras feiras poderiam ser realizadas aqui, ao invés dos grandes centros, tais como São Paulo, onde tudo acontece. As pequenas empresas possuem maior dificuldade de expor seus produtos em feiras realizadas em outros estados pelo investimento que isso representa. Realizando em Caxias do Sul, tudo facilitaria, fora o trade turístico que teria muito a ganhar, além do comércio e outros serviços (ENTREVISTADO 1).

Diante do atual cenário, quando a indústria e a manufatura estão sofrendo com a crise que atinge o país, o turismo voltado a feiras e eventos de negócios pode apontar como um dos ramos promissores da atualidade. A captação de eventos aparece como um importante instrumento para o desenvolvimento turístico local promovendo o desenvolvimento socioeconômico, pois ele movimentará vários setores da economia (ENTREVISTADO 2).

Considero pertinente a ideia de Caxias do Sul ter vocação para o turismo de negócios, em função das milhares de empresas que temos aqui, em diferentes setores, e acho que evoluímos de forma razoável nisso nos últimos anos, o que é diferente do turismo de eventos, que é outro segmento (ENTREVISTADO 3).

Os entrevistados reforçam que a promoção de eventos em uma localidade consegue gerar diversos tipos de benefício nos âmbitos social e econômico:

Acredito que Caxias do Sul - por ter uma tradição na produção industrial - não incorporou o que diz o Ministério do Turismo, ou seja, que turismo de negócios e eventos é uma das maiores revelações da indústria nacional de viagens na última década. Considero que o turismo de negócios e eventos precisa evoluir ainda mais para poder ser visto como uma atividade consolidada na cidade (ENTREVISTADO 2).

Os dados, as informações e os exemplos que temos sobre qualquer destino competitivo e organizado para receber eventos, demonstram que esse segmento do turismo vem trazendo resultados extremamente significativos e grandes benefícios econômicos e sociais para essas cidades (ENTREVISTADO 3).

Na questão econômica, os respondentes destacam algumas das áreas que podem ser beneficiadas pelo turismo relacionado a feiras e eventos, em especial os prestadores de serviço do município:

Além dessa possibilidade comprovada de criar novos empregos diretos e indiretos, as feiras de negócios, a exemplo de outros tipos de evento que o município sedia, proporcionam a entrada de mais divisas, de mais dinheiro em circulação, de uma maior arrecadação de impostos pelo Poder Público, mais vendas no comércio, de melhorias, mesmo que sejam pequenas, na infraestrutura da cidade, de projeção e divulgação da cidade, de prospecção e atração de novos negócios e mesmo de aumento da autoestima da população como um todo em função de sediar um evento desse porte. Mas eu diria que o grande significado e o maior benefício estão no envolvimento de toda a cadeia produtiva do turismo, sempre que um evento com essa característica acontece na cidade. Temos hoje cerca de 90 agentes oficialmente identificados nessa cadeia produtiva, entre fornecedores, prestadores de serviços e de mão de obra que acabam se envolvendo com o evento, de forma direta ou indireta na cidade, com aumento de vendas, negócios e faturamento, proporcionando que o dinheiro circule na cidade, formando o que chamamos de Efeito Multiplicador (ENTREVISTADO 3).

Bem, daí é mais para girar a economia mesmo, porque o pessoal se hospeda, o pessoal se alimenta o pessoal compra alguma coisa. É para esse giro além do que é o giro normal da cidade com turismo de lazer. Há épocas típicas de turismo, tipo Festa da Uva, que a gente recebe um grande número (de turistas) de fora. Se houvesse várias feiras ou vários eventos regulares, daria um bom reforço na economia. Na Mercopar não é possível se hospedar aqui. Bento mesmo quando tem feiras como a FIMMA, feiras de móveis, reflete aqui (ENTREVISTADO 5).

O turismo corporativo, na sua essência, é o turista que vem para cidade com recursos que não são dele, o que deixa você for um pouco vulnerável num instante de crise. As estatísticas mostram que esse tipo de turismo é um dos setores do Turismo que mais gasta dinheiro no município. Isso é uma vantagem que esse setor tem (ENTREVISTADO 8).

Os benefícios imateriais relacionados à promoção de eventos na cidade também foram lembrados:

Quando a cidade tem um grande evento, que tem gente de fora, tem burburinho, há as trocas imateriais que a cidade acaba se beneficiando. Isso é muito importante, mas é preciso dar visibilidade as ofertas que cidade tem (ENTREVISTADO 9).

O turismo de eventos de negócio é visto também como uma forma de ampliar a visibilidade de Caxias do Sul, bem como de tornar evidentes os potenciais e as riquezas das quais o município dispõe:

Caxias do Sul tem potencial para ser vista como uma cidade turística – eu não a vejo desta forma. Somos vistos como uma cidade industrial e com um poder de produção. Somos vistos como um povo que trabalha e esses atributos são muitos favoráveis, tanto que elevou a cidade a ocupar um lugar de destaque entre as cidades brasileiras como um dos maiores índices de PIB, falta usar esse mesmo potencial para “vender” mais a produção local. (ENTREVISTADO 2)

Caxias do Sul tem uma capacidade ímpar de trabalho e empreendedorismo, mas que precisa ser direcionado para realmente fazer a diferença em nossa Região. Precisa assumir uma postura de inovação e de comando na Serra Gaúcha (ENTREVISTADO 1).

Entretanto, se por um lado os potenciais e benefícios do turismo de eventos de negócio foram lembrados e evidenciados pela maior parte dos entrevistados, alguns relatos apontam uma outra tendência: a de que esse tipo de atividade turística tende a diminuir nos próximos anos. Um dos motivos diz respeito à realidade do transporte aéreo brasileiro. Ao mesmo tempo em que há uma disponibilidade cada vez maior em ofertas de voos, a qualidade do atendimento vem decaindo:

O próprio voo Caxias - SP tirou o corporativo nesse sentido. Porque um voo diário te traz turismo, mas ele também te leva turismo. O viajante sai de SP de manhã, vem aqui, faz seus negócios, de tarde ele volta. O corporativo faz isso. O corporativo vinha aqui, ele demorava para chegar aqui. Ele ficava um dia aqui para descansar, também. Não tem mais isso (ENTREVISTADO 7).

Viajar está complicado, os aviões são complicados, empresas aéreas ficam aí reduzindo horário, aí cancelam voos sem grande explicação. Então tu tens uma reunião marcada, aí tu chegas no aeroporto, tem que estar em São Paulo 10h da manhã e o voo das 7h a empresa cancela porque cancelou. E nem te diz nada, tu ficas lá esperando, esperando, aí tu pedes “não vai sair?” e eles dizem “não, foi cancelado”. Então, é uma situação complicada que, principalmente as pessoas de negócios, não podem ficar reféns de uma empresa aérea que não tem compromisso com seu cliente (ENTREVISTADO 9).

Outro fator que pode provocar a redução nos deslocamentos por parte de pessoas de negócio é a tecnologia. Com a possibilidade de realização de videoconferências, não há mais a necessidade de estar fisicamente em alguns locais.

É muito ágil, é videoconferência, o corporativo também pensou em baratear custos, em diminuir despesas. Para que eu vou a Caxias se eu faço uma videoconferência? As pessoas as vezes não pensam, mas é a agilidade do mundo que vem vindo. E não adianta nos posicionar contra (ENTREVISTADO 7).

A tendência desse público, com toda a possibilidade de videoconferências online, me parece que vai encolher um pouco, ele já está encolhendo, já tem notícia de que ele está encolhendo e me parece que a tendência vai ser ele reduzir e não só por uma questão de custo, o que me parece é que a área de negócios vai reduzir e já está reduzindo com muitas outras ações sendo feitas pela online (ENTREVISTADO 9).

Conforme narrativas coletadas nesta pesquisa, o atual cenário da economia demonstra que a promoção de eventos também está se adaptando. Considerando a necessidade de cortar custos e economizar tempo, eventos de pequeno porte já tem sido uma possibilidade bem-sucedida:

O evento segmentado tem a parte técnica, das palestras, e a parte da feira onde acontece essa parte de negócios. Eu acredito muito nesse tipo de evento. O hotel lota, lotam outros hotéis porque, digamos que sejam 500 participantes, se ocupa a capacidade do hotel e mais alguma coisa ao redor, até por causa de tarifa. Shopping, restaurantes da cidade, as pessoas sempre acabam levando uma coisinha. Fora todo o pessoal que está envolvido como fornecedor do evento, que daí é uma oportunidade aí para estar trabalhando (ENTREVISTADO 5).

O que eu vejo de vantagem nesse tipo de evento assim: é evento de hotel, só vai estar lá quem estiver interessado no negócio. O investimento é muito menor porque você está com espaço menor, investimento menor, todo mundo vai passar pelo seu estande e de repente você está competindo com a própria Mercopar. Ok, nesse evento circulam 500 pessoas, na Mercopar circulam 10 mil, dentro dos 10 mil quantos interessam por freios, por exemplo? Então nesses eventos eu acredito muito. Esses não têm sentido tanto (ENTREVISTADO 5).

Entretanto, outras perspectivas turísticas são apontadas pelos entrevistados. Acredita-se que é necessário investir tanto na infraestrutura para eventos como em atrativos turísticos de entretenimento. Os entrevistados acreditam que o interior de Caxias do Sul pode ser melhor explorado nesse sentido:

Para isso nós temos que buscar a valorização do nosso interior. A nossa colônia é algo maravilhoso. Se houver um Centro de Convenções, aí avaliamos a possibilidade que acontece já em outras cidades do Brasil e do mundo: vai o profissional para o congresso, a família acompanha. Enquanto o profissional trata das questões técnicas ligadas aos eventos, a família fica fazendo turismo na cidade (ENTREVISTADO 6).

Conforme as opiniões dos respondentes, o município de Caxias do Sul tem diversos outros potenciais que devem ser valorizados e receber investimentos para tornarem-se atrativos turísticos. Uma das ideias levantadas é a criação de uma ampla feira agroindustrial, por conta do fato de Caxias do Sul também apresentar significativa produção nesse segmento:

A cidade que mais produz hortifrutigranjeiros do estado é Caxias do Sul, então feiras ligadas a esse setor também podem ter um espaço para fazer exposições, gerar negócios. Para isso você tem que ter uma estrutura (ENTREVISTADO 6).

[...] uma boa Feira Agroindustrial, uma Feira em que o produtor vá lá para ver novidades - que era função da Festa da Uva - para ele ver novas tecnologias, mas também para ele vender a sua abóbora, para vender as suas *chimias*, alguém preparando galeto. Quer dizer, essa ideia da feira agrícola mesmo talvez fosse uma outra opção de investimento. Na área de flores, de pequenos animais [...] (ENTREVISTADO 9).

Também é levantada a possibilidade de Caxias do Sul promover feiras cujo foco seja o consumidor final, tendo como expositores as indústrias da cidade, a exemplo das fábricas de vestimentas e de utilidades domésticas:

Por que não se faz aqui uma feira de utilidades domésticas (com o detalhe de que há fábricas aqui). Eu acho que se pode pensar em um espaço de eventos que tenha que captar evento, mas é possível ter espaço para realizar eventos com o que tem na cidade, ofertas da cidade, uma feira do vinho, uma grande feira dos insumos vinícolas, uma feira de roupas infantis, uma feira de produtos e design, uma feira de utilidades domésticas... E aí em vez de atrair o expositor, atrair o público. É um outro espaço, de trazer um público para essa feira. Criar ofertas, ver os espaços que tem, criar ofertas e trazer gente. Uma feira da moda, olha quanta gente tem aí, imagine o quanto de gente não viria para uma feira da moda, um Fashion Caxias aí, até o pessoal da UCS já faz, mas transformar isso numa grande feira. Trazendo inclusive as rendeiras, as crochezeiras, as bordadeiras que ainda tem por aí, as tricoteiras, dos espaços, e inverter essa ordem. Produzir o evento aqui e trazer o visitante de fora. Isso não é poder público, isso é iniciativa empresarial, iniciativa privada, isso é para ganhar dinheiro sim! (ENTREVISTADO 9).

As características culturais de Caxias do Sul também são vistas como potenciais atrativos turísticos. As opções gastronômicas disponíveis podem ser um dos diferenciais que a cidade pode apresentar ao seu turista:

Aquela região toda, nós temos a nossa colônia, o interior todo de Caxias, você tem N características que atraem turista. Quando ele vem para cá ele quer poder comer um pão com salame, quer comer uma sopa de agnoline, ver um grupo de música gaúcha que se apresente... (ENTREVISTADO 6).

Vale salientar também que Caxias do Sul é considerada a capital nacional dos CTGs. Os aspectos culturais da cidade podem ser melhor apreciados de tal modo que sejam atrativos para quem a visita:

Hoje nós não temos um grupo que se apresenta (regularmente), para uma cidade que nem a nossa com mais de 500 mil habitantes sendo a capital brasileira do CTG, não tem um local em que possa ter uma apresentação digna, com as tradições, com o churrasco feito na vala. E daqui a pouco você tem a possibilidade de o turista usar uma vestimenta gaúcha, bater fotos e também poder tomar um Chimarrão, aprender como faz um chimarrão, e acima de tudo ele ver a cultura que é enraizada no nosso estado. Em Caxias, por ser a capital brasileira do CTG eu diria que mais ainda (ENTREVISTADO 6).

Assim como outras cidades vizinhas, Caxias do Sul poderia também valer-se de sua localização geográfica e características climáticas, sobretudo do frio:

Então Caxias, pela localização, pela Serra, o frio é um grande apelo. O sonho do turista, quando vir para cá, é passar frio. Passar frio, quando eu digo, é sentir o frio na pele, poder tomar um bom vinho, poder usufruir dessa gastronomia nossa, da cultura italiana... (ENTREVISTADO 6).

Outra das possibilidades que pode ser explorada em Caxias do Sul diz respeito ao turismo industrial:

Nós temos uma indústria aí, eu vejo outras cidades abrindo as indústrias. Eu vi a Coca Cola abrir a fábrica deles para turistas. Para a visita. E lá eles chamam de “a Fábrica dos Sonhos”, “visite a Fábrica dos Sonhos da Coca-Cola”. Então imagine que belo atrativo...e é só uma fábrica. Coisa que Caxias poderia fazer. Eu vejo na Europa também grandes empresas que abrem ao público. A própria Volkswagen na Alemanha, na Suíça as empresas abrem, ajudam a fazer o turismo (ENTREVISTADO 7).

Diante de tantas possibilidades abertas, torna-se necessário fazer os seguintes questionamentos: afinal, ainda é válido investir no turismo de eventos de negócio tal como vinha se fazendo? Ou outros potenciais devem ser explorados? Afinal, qual a verdadeira vocação de Caxias do Sul? Que caminho deve ser seguido? Os entrevistados apontam a necessidade de definir um caminho a ser seguido para que existam avanços nessa discussão:

É necessário, também, que a cidade, através do Poder Público, em consonância com as entidades representativas da comunidade, setores produtivos e trade turístico definam claramente a vocação e as prioridades de Caxias em termos de turismo, contemplando a meu ver o Turismo de Eventos, o Turismo de Negócios e o Turismo de Lazer (estes segmentos especialmente) para que possamos avançar como destino competitivo (ENTREVISTADO 3).

É preciso verificar se seria o perfil da cidade para feira de negócios. Se o perfil não é para eventos, festas, para grandes shows. Olha o sucesso do blues (Mississippi Delta Blues Festival), será que não dá para fazer outros festivais? A cidade se assumir com o seu lado cultural, que é muito forte? Eu acho que é isso que tem que repensar (ENTREVISTADO 9).

Considera-se que há potencial tanto para investir em eventos de negócio como em outros tipos de atrativo, contanto que sejam estabelecidas condições para tal:

Considero que Caxias do Sul tem potencial para desenvolver o Turismo de Eventos e pela diversidade dos setores econômicos, sediar importantes feiras, não só de caráter técnico, mas com outras características, bem como eventos de pequeno, médio e grande porte dos mais diferentes tipos. Da mesma forma, entendo que temos todas as condições para se tornar um destino competitivo no turismo, capaz de desenvolver aqui não só o Turismo de Eventos e o Turismo de Negócios, mas outros segmentos do turismo, como o rural e o religioso. Está faltando determinação em priorizar e entender a importância do turismo na matriz econômica e como fator de desenvolvimento social (ENTREVISTADO 3).

Caxias tem tudo no Rio Grande do Sul para fazer isso. Por que? Porque nós temos toda a vocação aqui. Nós temos a vocação não só metalomecânica, que nós temos o segundo polo. A quantidade de turismo que nós temos ao redor de nós, nós temos que aproveitar isso. Nós estamos perdendo o turismo de lazer, ok, mas se tivermos condições de brigar por ele vamos brigar, através de projetos que estão sendo desenvolvidos. Mas o turismo de negócios, ele não é só feiras, ele passa por toda a parte de convenções, de encontros, quantas coisas que acontecem, se fossem pontuar a quantidade de eventos que acontecem. Nós só precisamos organizar isso. Esse é o meu posicionamento sobre o turismo de Negócios em Caxias. Tem chance. Temos vocação. Estamos falando em Turismo de Negócios, mas temos uma vocação para turismo de lazer fantástica. A quantidade de coisas que nós temos em Caxias é muito grande. Mas a gente não sabe, não conhece (ENTREVISTADO 4).

Canela e Gramado são lindas? São. Mas possuem determinadas belezas. Eles não têm todos os roteiros rurais que nós temos. As possibilidades de abrir novos roteiros, nós temos possibilidades de coisas religiosas aqui. Quer dizer, nós podemos tornar o turismo de Caxias, tanto de negócios como de lazer, fantástico (ENTREVISTADO 4).

Ao final das análises, pode-se notar que os entrevistados têm críticas a respeito da atual situação de Caxias do Sul. Entretanto, todos eles apresentam sugestões que, juntas, podem colaborar na formação de uma nova realidade.

O capítulo seguinte apresenta as considerações finais, onde haverá uma discussão sobre os apontamentos que surgiram nas análises aqui realizadas.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS DA PESQUISA

A realização desta pesquisa consistiu em um desafio acadêmico. Em um primeiro momento, estudar o turismo de eventos de negócio aparentava ser um investimento de tempo em um tema ultrapassado e até mesmo rejeitado pela academia. De fato, não faltam motivos para ter essa constatação.

Os pesquisadores da atividade turística, em grande parte, não aceitam a ideia de que viajar a negócios faça parte de seu escopo. Considera-se que um deslocamento a trabalho foge da essência do turismo, ligada geralmente ao lazer. Além disso, muito se tem questionado a respeito dos atuais conceitos de turismo pelo fato de estarem focados em números, empreendimentos e dados econômicos e não em seres humanos. Pesquisas com viés meramente econômico e administrativo tendem a não serem bem vistas nessa área. Essa tendência afasta ainda mais o turismo de eventos de negócio das discussões científicas, pois eventos de negócio estão relacionados à busca por lucro por parte das organizações.

Estudiosos de viagens corporativas também preferem não utilizar o termo turismo. Aparentemente, falar em turismo ainda remete muito a lazer, o que não agrada a empresário algum. Observando sob esse ponto de vista, o empregado enviado a uma viagem para participar de um evento deve providenciar o máximo de retorno e o mínimo de gastos. Obras relacionadas a viagens corporativas simplesmente não abordam o viajante enquanto ser humano, tampouco suas necessidades e suas motivações pessoais. Não se estuda nesse campo que tipo de viajante um evento pode receber – um funcionário de uma grande empresa, um proprietário de pequena empresa, um prestador de serviços, um estudante, entre outros.

Ainda analisando o ponto de vista empresarial, tem-se buscado a redução de custos, especialmente em tempos de crise. Viajar pode ser uma ação de custo elevado, de modo que se tem optado por ferramentas digitais de comunicação ou viagens bate-e-volta, uma tendência que pode se acentuar no decorrer do tempo.

Investir em um evento, seja para visitar ou expor, também é uma atitude vista com pouco valor pelo empresário, que talvez não tenha uma visão ampla sobre o tipo de retorno que um evento de negócios pode trazer. Assim, não há a intenção de investir.

Em Caxias do Sul não tem sido diferente. Não há boas expectativas nem previsão de melhora do quadro econômico, tampouco há sinais de investimentos em qualquer tipo de turismo. Aparentemente, não há atitudes na iniciativa privada ou em órgãos públicos, mas tão somente a queixa e a espera que alguma coisa aconteça. Em lugar de investir na valorização do produto e da localidade, os empresários preferem cortar investimentos em eventos e investir em equipes de força de vendas.

Não há locais adequados para a realização de eventos de negócio. Os espaços existentes apresentam diversas limitações que vão desde problemas estruturais (caso dos Pavilhões da Festa da Uva) até limitação de espaço e capacidade (como é o caso dos espaços disponibilizados pelos hotéis), além da impossibilidade de realização de eventos com número acima de 500 pessoas. Essa informação não é novidade para os estudiosos, mas merece destaque a ênfase dada a esse problema por parte dos entrevistados. Esperava-se no início da pesquisa que os discursos destacassem problemas com a infraestrutura da cidade, sobretudo em relação aos transportes. Esses problemas não deixaram de ser relatados, porém não obtiveram a mesma relevância em relação à necessidade evidente de espaços adequados para eventos. Vale lembrar, nesse caso, que a relevância de um evento pode fazer com que as dificuldades estruturais de uma cidade sejam minimizadas por parte de um turista de eventos, afinal ele não tem a opção de participar do mesmo evento em outro lugar. Também é válido destacar que Caxias do Sul historicamente possui problemas de escoamento de produção e transporte, algo que se deve também à própria localização geográfica do município.

Por outro lado, os entrevistados também destacam a falta de competitividade de Caxias do Sul em relação a outros municípios da Serra Gaúcha, a exemplo de Bento Gonçalves e Gramado. Alega-se que Caxias do Sul, por não dispor de condições adequadas, está perdendo eventos para ambos os municípios e deixando de atrair novos eventos. O município caxiense aparentemente não percebe o valor da promoção de eventos de negócio, talvez por não perceber que essa pode ser, ao mesmo tempo, uma forma de promoção e diferenciação de produtos e serviços e também uma forma de captar novos recursos e fortalecer a economia da cidade.

A mesma falta de competitividade e liderança por parte de Caxias do Sul pode influenciar até mesmo na definição de um local para o novo aeroporto da Serra Gaúcha. Em diversos sentidos, o município parece não usufruir do papel de lugar central da região.

Entretanto, apesar de todos os aspectos impedirem uma visão positiva sobre o assunto, percebe-se por meio dos relatos dos entrevistados que existem diversas possibilidades para o turismo de eventos de negócios em Caxias do Sul. Todos os participantes aproveitaram o espaço e a oportunidade de falar sobre o assunto com notável empolgação – foram, pelo menos, cinco horas de áudio captado nas entrevistas, embora se tenha apenas nove entrevistados. Há em comum o desejo de mudar, de fazer acontecer. Há também a dúvida sobre como articular todas as necessidades, como tornar o turismo uma realidade. Há trocas de críticas. E há, principalmente, ideias. Soluções.

Uma das principais constatações que se pode tirar dos discursos é a visão sobre turismo. Ainda que os entrevistados tenham sido questionados sobre o turismo de eventos de negócio, ficou evidente que a maioria deles vê a atividade dentro de um cenário global de eventos. Pensar nesse segmento de turismo é pensar no todo. Transformar e promover o turismo de negócios e eventos é, também, uma forma de investir no turismo por completo em Caxias do Sul, sendo este o ponto de partida para as ações necessárias, bem como a forma de captar recursos e tomar decisões.

A própria lógica da promoção e execução de eventos de negócio desafia a lógica do turismo, pois para acontecer esse tipo de evento (bem como qualquer outro) faz-se necessário desenvolver um projeto e executá-lo mediante as diretrizes básicas do planejamento administrativo. Muito embora a motivação humana faça o turismo acontecer, não há atividade de deslocamento se não houver um evento previamente planejado.

Ao estudar os elementos que fazem parte do turismo de eventos de negócio, percebe-se que o papel do organizador e do promotor de eventos é de significativa influência na atividade. Esse profissional é responsável pela articulação de diversos atores do cenário de eventos, turismo e negócios, integrando interesses para o sucesso do evento. Quando se trata de turismo motivado por eventos, faz-se necessário estudar o poder de ação de um promotor de eventos.

Atualmente, com tão poucos eventos acontecendo em Caxias do Sul, aparentemente ninguém consegue olhar para o passado e perceber que foram justamente os eventos que promoveram a imagem da cidade e possibilitaram o escoamento de seus produtos. Também não se refletiu que em tempos de mercados tão competitivos é necessário tomar atitudes de diferenciação e valorização frente à concorrência. Muito embora se fale tanto na capacidade empreendedora do

município, aparentemente não se tem pensado em alternativas concretas para mudar a situação.

Porém, o objetivo de qualquer pesquisa científica está justamente em desafiar as lógicas impostas e os conceitos já determinados, propondo novas soluções, novos embates, novas possibilidades. Este trabalho cumpre o objetivo de resgatar o tema Turismo de Eventos de Negócio a fim de explorá-lo de uma forma diferenciada. Foi necessário confrontar os conceitos e ideias adversas para que os resultados até então apresentados fossem obtidos. Foi necessário reafirmar que viagens a negócios – especialmente para eventos – interessam ao turismo sim, desde que se leve em conta o fator humano. Antes de falarmos em homens e mulheres de negócios, precisamos falar em homens e mulheres, que tem seus objetivos e sonhos profissionais, seus desejos pessoais, suas buscas por aperfeiçoamento e diferenciação diante de um mundo profissional cada vez mais competitivo. Seres humanos que vão sair de seus locais de moradia, enfrentar locais desconhecidos, dificuldades de transporte, pressões profissionais, necessidades de resultado, distanciamento da família, medos e expectativas. Seres humanos que precisam ser bem recebidos, que se divirtam em seu tempo livre, que descansem, que tenham seus transtornos de deslocamento minimizados. Seres humanos que possam sair de um evento e da cidade-sede desse evento com novas experiências, novas culturas e novos aprendizados e que queiram muito voltar um dia. Falar sobre turismo de eventos de negócio é também falar sobre humanização dos negócios. É questionar a ausência de tempo livre, a aspereza e frieza das relações profissionais, a busca incessante de lucros da qual o capitalismo depende. É perceber que turismo de eventos de negócio pode auxiliar a manter todo esse processo, pode ajudar as empresas a potencializarem seus resultados, pode movimentar a economia de uma região, mas é também perceber novas possibilidades, novas brechas, novas formas de fugir ou amenizar a realidade dos negócios.

Outra situação a ser avaliada é o fato de o turismo ser uma atividade transversal. A classificação do tipo de turismo interessa mais a quem precisa quantificar informações, pois o turismo ainda é visto com a mesma lógica de fabricação de um produto, ao menos por parte da economia. O viajante, mesmo que tenha uma motivação principal, pode circular entre vários dos tipos conhecidos de turismo. Tentar delimitar as necessidades de um turista de eventos e negócios é

ignorar a natureza humana e o fato de que cada pessoa pode ter diversos outros objetivos em uma viagem.

Na tentativa de extrair dos entrevistados a opinião a respeito das responsabilidades em relação ao turismo de eventos de negócios, percebe-se que a maioria dos discursos utiliza termos como “união”, “cooperação”, “integração”, entre outros. Fica evidente a carência de comunicação e interligação de interesses, o que é apontado por alguns como uma característica cultural de Caxias do Sul – cada um preocupa-se com o seu interesse. Nesse sentido, sugere-se explorar o papel da comunicação no turismo de eventos de negócios, bem como tentar apontar elementos e atores que cumpram a função de articular interesses. Essa função pode ser exercida por qualquer agente que leve para si mesmo essa responsabilidade, seja ele um órgão público, um promotor de eventos ou da iniciativa privada.

Sempre que se discutem melhorias, há a preocupação sobre as formas de financiamento das ações necessárias. Os entrevistados defendem a realização de projetos para a captação de recursos para grandes empreendimentos, como o centro de eventos por exemplo. Mas sugerem também pequenas ações e orientações com custo menor, aproveitando os potenciais que a cidade já possui. Fica claro no relato dos entrevistados que não se pode esperar por recursos públicos em épocas de crise, de modo que a criatividade precisa ser posta em ação. Vale destacar novamente a iniciativa da Plastech Brasil de 2009 em mapear, organizar e disponibilizar serviços para os expositores de fora da cidade, uma iniciativa de baixo custo (em comparação com a construção de um centro de convenções, por exemplo) e de significativo valor para o homem ou mulher de negócios que chegam a uma cidade desconhecida.

Outro resultado deste trabalho que contribui para a discussão do tema diz respeito à vocação do município. Por um lado, alguns entrevistados afirmam que Caxias do Sul deveria escolher com qual tipo de turismo trabalhar, conforme características próprias da cidade. Por outro lado, os discursos levantam diversas possibilidades relacionadas a atrativos de lazer, com o argumento de que o turista de eventos de negócios pode trazer sua família para conhecer a cidade ou aliar seu tempo livre ao lazer. De todo modo, percebe-se que cidades como Gramado e Fortaleza, tradicionais destinos de turistas de lazer, tem se preparado para receber também eventos de negócio. É possível que os promotores de evento procurem sedes turísticas com o intuito de atrair mais pessoas.

O resgate da história de Caxias do Sul demonstra que, desde a chegada dos primeiros imigrantes provenientes do norte da Itália, a prática de criar eventos para comercializar produtos e atrair públicos é recorrente. Por diversas décadas Caxias do Sul foi referência na realização de eventos técnicos como a Mercopar e de eventos comunitários como a Festa da Uva, ambos com repercussão nacional. Entretanto, aparentemente a cidade tem deixado de investir nessa atividade. Não há sinais de que o poder público ou a iniciativa privada tomarão algum tipo de atitude. Acredita-se, nesse caso, que falta ao empresário caxiense o devido conhecimento sobre o benefício que um evento de negócios pode proporcionar. Conforme relatado por entrevistados desta pesquisa, o empresário tende a considerar eventos como um custo desnecessário, bem como tende a desejar outros instrumentos que deem resultados palpáveis e imediatos. A própria natureza dos eventos impede que a mensuração dos resultados seja totalmente abrangente e que ela se dê em curto prazo. Há resultados que podem ser alcançados muito tempo depois do término de evento, com o fechamento de uma venda cujo trabalho começou ainda em uma feira, por exemplo. Sugere-se, portanto, um estudo mais aprofundado a respeito de um evento de negócios sob o ponto de vista dos empresários, sejam eles expositores ou visitantes.

Diante de todos os argumentos citados, a principal constatação que se chega é a de que Caxias do Sul precisa ter um novo olhar. Já existe a necessidade em investir em uma nova matriz econômica que possibilite a manutenção da qualidade de vida da cidade. Também há possibilidades de desenvolvimento de atrativos turísticos potenciais, tanto no interior como na área urbana. A força industrial do município também tem seus interesses e pode inserir-se nesse segmento, atraindo benefícios a si mesma. O turismo de eventos de negócio, enquanto atividade, pode sim colaborar para que Caxias do Sul se desenvolva em diversos sentidos, estabelecendo-se como ponto inicial para o desenvolvimento do turismo como um todo. Para isso, torna-se fundamental a integração de interesses e ideais, pois em meio à complexidade do turismo é possível ter ao menos uma certeza: o turismo se faz com a união de todos e se faz para todos.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM FILHO, O. B; SERRA, R. V. Evolução e perspectivas do papel das cidades médias no planejamento urbano e regional. In: ANDRADE, Thompson Almeida; SERRA, Rodrigo Valente. **Cidades médias brasileiras**. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8.ed. São Paulo: Ática, 2000.
- ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ATLAS do Desenvolvimento Humano no Brasil. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD; Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea; Fundação João Pinheiro – FJP, 2013. **Plataforma de consulta ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 5.565 municípios brasileiros**. Disponível em: <<http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/>>. Acesso em: 13 de Fev. 2016.
- BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. A crise econômica de 2014/2017. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 31, n. 89, p. 51-60, abr. 2017. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142017000100051&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142017000100051&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 16 de Out. 2017.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000. Disponível em: <<http://docslide.com.br/education/bardin-laurence-analise-de-conteudo.html>>. Acesso em: 10 de Jun. 2016.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: SENAC, 2008.
- BLEHM, Marli Cardoso; CABRAL, Sílvia Regina. Eventos e suas complexidades. In: RUSCHMANN, Doris van Meene; TOMELIN, Carlos (orgs.). **Turismo, Ensino e Práticas Interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013, p. 285-306. Disponível em: <<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520429990/pages/-36>>. Acesso em: 12 de Out. 2017.
- BOULLÓN, Roberto C.; MOLINA E., Sergio; RODRÍGUEZ WOOG, Manuel. **Um novo tempo livre: três enfoques teórico-práticos**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.
- BRADFORD, M.G; KENT, W.A. **Geografia Humana: teorias e suas aplicações**. 2.ed. Lisboa: Gradiva, 1987. Disponível em: <[http://www.ufjf.br/nugea/files/2014/09/Bradford-e-Kent\\_Teoria-dos-lugares-centrais-1.pdf](http://www.ufjf.br/nugea/files/2014/09/Bradford-e-Kent_Teoria-dos-lugares-centrais-1.pdf)>. Acesso em: 02 de Dez. 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Negócios & Eventos: orientações básicas**. – 2. ed. – Brasília, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Negxcios\\_e\\_Eventos\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negxcios_e_Eventos_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 12 de Mar. 2016.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. 2. ed., ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2006.

CANDAU, Joël. **Memória e Identidade**. trad. Maria Letícia Ferreira. – São Paulo: Contexto, 2011.

CANTON, Antonia Marisa. Evento: um potencializador de negócios. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico**: Estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009. Disponível em: <[http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520427071/pages/\\_7](http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520427071/pages/_7)>. Acesso em: 19 de Mai. 2016.

CAXIAS DO SUL É ELEITA A MELHOR CIDADE DO RIO GRANDE DO SUL E A 5ª DO BRASIL. **Pioneiro**, Caxias do Sul, 20 de Out. 2015. Seção Notícias. Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/geral/cidades/noticia/2015/10/caxias-do-sul-e-eleita-a-melhor-cidade-do-rio-grande-do-sul-e-a-5-do-brasil-4882511.html>>. Acesso em: 31 de Mai. 2016.

CIC – CÂMARA DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS DE CAXIAS DO SUL. **Economia de Caxias volta a ficar no azul depois de 39 meses**. Caxias do Sul, 31 de Out. 2017a. Disponível em: <<http://ciccaxias.org.br/noticias/2017/10/31/economia-de-caxias-volta-a-ficar-no-azul-depois-de-39-meses/>>. Acesso em: 05 de Nov. 2017.

\_\_\_\_\_. **CIC promove pit stop por melhores condições das estradas**. Caxias do Sul, 04 de Dez. 2017b. Disponível em: <<http://ciccaxias.org.br/diretorias/politica-urbana-e-infraestrutura/>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

\_\_\_\_\_. **Caxias do Sul**: Perfil Socioeconômico. Apresenta informações sobre o perfil socioeconômico de Caxias do Sul. Disponível em: <<http://www.cic-caxias.com.br/perfil/perfil/frames.html>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017.

CODACE – COMITÊ DE DATAÇÕES ECONÔMICAS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA. **Comunicado de Início de Recessão**. Rio de Janeiro, 04 de Ago. 2015. Disponível em: <<http://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumPageld=4028808126B9BC4C0126BEA1779E6CAA>>. Acesso em: 16 de Out. 2017.

DIAS, Reinaldo; PIMENTA, Maria Alzira (orgs). **Gestão de Hotelaria e Turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DINI, Juçara Tonet; SARTOR, Basílio. 19ª Febramec será realizada em nova data e novo local. **Jornal Brasil On-Line**, 09 de Jul. 2012. Disponível em: <<http://jornalbrasil.com.br/noticia/19-febramec-sera-realizada-em-nova-data-e-novo-local.html>>. Acesso em: 01 de Jun. 2016.

FEE – Fundação de Economia e Estatística. Governo do Estado do Rio Grande do Sul. **Indicadores Socioeconômicos, Municípios, Caxias do Sul**. Disponível em: <<<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Caxias+do+Sul>>. Acesso em: 06 de Dez. 2017.

\_\_\_\_\_. **Índice de Desenvolvimento Econômico, Destaques**. Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/indice-de-desenvolvimento-socioeconomico/destaques/>>. Acesso em: 04 de Dez. 2017.

FIEDLER, André. Serra Imobilizada: Um ano depois, confira o que andou na Infraestrutura. **Gaúcha**, Caxias do Sul, 06 de Jun. 2016. Disponível em: <<http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/serra-imobilizada-um-ano-depois-confira-o-que-andou-na-infraestrutura-168458.html>>. Acesso em: 08 de Jun. 2016.

FÓRUM discute do Trade Turístico de Caxias discute... **Prefeitura Municipal de Caxias do Sul**, 23 de set. 2015. Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/comunicacao/noticias\\_ler.php?codigo=35470](https://www.caxias.rs.gov.br/comunicacao/noticias_ler.php?codigo=35470)>. Acesso em: 12 de Mar. 2016.

FROSI, Vitalina; MIORANZA, Ciro. **Imigração Italiana no Nordeste do Rio Grande do Sul**. Caxias do Sul: Movimento, 1975.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GASKELL, George. Entrevistas Individuais e Grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003, p. 64-89. Disponível em: <<http://docslide.com.br/documents/bauer-martin-w-gaskell-george-ed-pesquisa-qualitativa-com-texto-imagem-e-som.html>>. Acesso em: 08 de Jun. 2016.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J.R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. trad. Roberto Cataldo Costa. - 8.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2002.

HEINEN, Carlos. Oportunidades que geram negócios. **Informações & Negócios**, ed. 165, jan/fev/mar/abr. 2014. Disponível em: <<http://ciccaxias.org.br/noticias/revista/>>. Acesso em: 14 de Set. 2017.

HERÉDIA, Vania B. M. **SIMECS: 50 anos**. Caxias do Sul: Belas Letras, 2007.

\_\_\_\_\_. **SIMPLÁS**. Caxias do Sul: Belas Letras, 2014.

\_\_\_\_\_. **Memória e Identidade**. Caxias do Sul: Belas Letras, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Informalidade contribui novamente para queda da desocupação**. 29 de Set. 2017. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/17004-informalidade-contribui-novamente-para-queda-da-desocupacao.html>>. Acesso em: 16 de Out. 2017.

\_\_\_\_\_. **Rio Grande do Sul, Caxias do Sul**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430510>> Acesso em: 11 de Mai. 2016.

II DIMENSIONAMENTO ECONÔMICO DA INDÚSTRIA DE EVENTOS NO BRASIL 2013. Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC BRASIL); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Universidade Federal Fluminense (UFF), 2013. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>>. Acesso em: 12 de Mai. 2016.

JANCZURA, Rosane. Risco ou Vulnerabilidade Social? **Textos & Contextos**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/view/12173>>. Acesso em: 08 de Jun. 2016.

KNUPP, Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves. **Fundamentos do turismo**. Curitiba: InterSaberes, 2015. Disponível em: <<http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788544303139/pages/5>>. Acesso em: 16 de mai. 2016.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MACHADO, Maria Abel. **Construindo uma cidade**: história de Caxias do Sul - 1875/1950. Caxias do Sul, RS: Maneco, 2001.

\_\_\_\_\_.; HERÉDIA, Vania. **Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul**: cem anos de história. Caxias do Sul: Maneco, 2001.

MARTINS, Viviãne Gevaerd; MURAD JR., Eduardo. **Viagens Corporativas**: saiba tudo sobre gestão, estratégias e desafios deste promissor segmento. São Paulo: Aleph, 2010.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 6.ed. Barueri/SP: Manole, 2013. Disponível em: <<http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788520435816/pages/-14>>. Acesso em: 29 de Mar. 2016.

MENDONÇA, Maria José Alves; PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna Almendros. **Planejamento e Organização de Eventos**. São Paulo: Érica, 2014.

MERCOPAR – FEIRA DE SUBCONTRATAÇÃO E INOVAÇÃO INDUSTRIAL, 22, 2013, Caxias do Sul. **Informações sobre o evento**. Hannover Fairs Sulamérica Ltda. e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS), 2013. Disponível em: <<https://mercopar.com.br/>>. Acesso em: 22 de Mar. 2017.

\_\_\_\_\_. **Projeção de negócios na Mercopar aumenta 43% em relação a 2016**. Caxias do Sul, 06 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://mercopar.com.br/projecao-de-negocios-na-mercopar-aumenta-43-em-relacao-a-2016/>>. Acesso em: 01 de Dez. 2017.

MELLO, Claudio Baltazar Corrêa de. **Empreendedorismo e desenvolvimento econômico regional**: as ações empreendedoras dos industriais de Caxias do Sul (1950-1970). 2014. 146 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2014.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAKMAN, Elbio Troccoli. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 11, 2014. Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Universidade do Estado do Ceará, 2014. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/v.10/Anais/DFP1/034.pdf>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017;

PALHARES, Guilherme Lohmann; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. 2.ed. ampl. a atual. São Paulo: Aleph, 2012.

PERFIL SOCIOECONÔMICO DE CAXIAS DO SUL. Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, 2013. Disponível em: <[https://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 12 de Abr. 2016.

PLASTECH BRASIL. **Cenário de mercado determina adiamento da próxima Plastech Brasil**. Caxias do Sul, 22 de Mar. 2016. Disponível em: <<http://www.plastechbrasil.com.br/2014/pt/imprensa/noticias/detalhes/cenario-de-mercado-determina-adiamento-da-proxima-plastech-brasil>>. Acesso em: 02 de Dez. 2017.

PLASTECH DESTA ANO, EM CAXIAS, REGISTRA O MAIOR PÚBLICO DA HISTÓRIA DA FEIRA. Pioneiro, Caxias do Sul, 28 de Ago. 2015. Seção Notícias. Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/economia/noticia/2015/08/plastech-deste-ano-em-caxias-registra-o-maior-publico-da-historia-da-feira-4835505.html>>. Acesso em: 13 de Mai. 2016.

PORTAL DO TURISTA. Caxias do Sul: Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, Secretaria Municipal do Turismo. Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/>>. Acesso em: 02 de Abr. 2016.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismo para validação dos resultados. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014. Disponível em: <<http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582178768/pages/4>>. Acesso em: 13 de Jun. 2016.

SAMAE - Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto de Caxias do Sul. **Esgoto**. Disponível em: <<http://www.samaecaxias.com.br/Pagina/Index/10043>>. Acesso em: 22 de Nov. 2017.

SANTOS, Boaventura de Souza. Os processos da globalização. In: SANTOS, Boaventura de Souza (Org.). **A Globalização e as Ciências Sociais**. – 2. ed.- São Paulo: Cortez, 2002.

SANTOS, Valmir Francisco dos. **O Turismo de Eventos em Caxias do Sul**: A influência dos eventos de lazer e dos eventos de negócios no desenvolvimento do turismo local. 2003. 107 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul. Programa de Pós-Graduação em Turismo, Caxias do Sul, 2003.

TOMAZZONI, Edegar Luís. **Organização de feiras de negócios**: um modelo de gestão para as feiras de negócios de Caxias do Sul. 2002. 278 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, Caxias do Sul, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. 6.ed. rev. e ampl. São Paulo: SENAC, 2002.

UFSC - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA; LABTRANS - LABORATÓRIO DE TRANSPORTES E LOGÍSTICA; MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. **Pesquisas E Estudos Para Apoio Técnico À Secretaria De Aviação Civil Da Presidência Da República - Sac/Pr No Planejamento Do Setor Aeroportuário Brasileiro**: Planejamento da Infraestrutura Aeroportuária do Aeroporto de Caxias Do Sul (SBCX). Florianópolis, Fev. 2017. Disponível em: <[http://ftpaeroportos.transportes.gov.br/DADOS\\_001\\_20171027/Estudos%20UFSC/Objeto%201/Fase%205%20-%20Planejamento%20da%20Infraestutura/Infraestrutura%20Aeroporto%20C3%A1ria/Rel%20Infra-Caxias%20do%20Sul-SBCX-20170217\\_vrs1.0.pdf](http://ftpaeroportos.transportes.gov.br/DADOS_001_20171027/Estudos%20UFSC/Objeto%201/Fase%205%20-%20Planejamento%20da%20Infraestutura/Infraestrutura%20Aeroporto%20C3%A1ria/Rel%20Infra-Caxias%20do%20Sul-SBCX-20170217_vrs1.0.pdf)>. Acesso em: 15 de Nov. 2017.

VARGAS, Alexandre Braun de. **Turismo de eventos e negócios**: uma nova realidade econômica. Taquara, RS: Faculdades de Taquara -FACCAT, 2001.

**APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Prezado Sr.(a),

Estamos lhe convidando a participar de um estudo intitulado “TURISMO E FEIRAS DE NEGÓCIO EM CAXIAS DO SUL: CONDIÇÕES E RESPONSABILIDADES”. Trata-se de uma pesquisa de dissertação de mestrado, sob orientação da Dra. Vânia Herédia, Professora da Universidade de Caxias do Sul. O estudo tem por objetivo analisar as atuais condições da atividade turística gerada pelas feiras de negócio em Caxias do Sul e identificar as melhorias necessárias, bem como a quem cabe a responsabilidade em implementá-las.

Caso aceite participar, terá somente de se submeter a uma entrevista que poderá ser gravada em áudio. Seus posicionamentos e opiniões não sofrerão exposição de nenhuma espécie e sua contribuição será meramente acadêmica. A sua participação será mantida em sigilo pelos pesquisadores. Seu nome constará somente neste documento.

Lembramos que a sua participação será totalmente voluntária, podendo o Sr.(a) desistir de participar em qualquer momento da entrevista sem qualquer prejuízo pessoal. Caso tenha qualquer dúvida, pode ligar para o fone: (54) 3218-21- 00, ramal 2676.

Data: \_\_\_\_\_

Assinatura do entrevistado(a): \_\_\_\_\_

Assinatura do entrevistador: \_\_\_\_\_