

Biblio 3W
**REVISTA BIBLIOGRÁFICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS
SOCIALES**
(Serie documental de *Geo Crítica*)
Universidad de Barcelona
ISSN: 1138-9796. Depósito Legal: B. 21.742-98
Vol. IX, nº 543, 30 de octubre de 2004

EVENTOS E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO. O CASO DE ARACAJÚ

José Roberto de Lima Andrade
Doutor em Turismo - Universidade de São Paulo

Cristiane Alcântara de Jesus Santos
Doutoranda em Geografia Humana - Universidade de Barcelona

Eventos e estratégia de desenvolvimento turístico (Resumo)

A atividade turística tem se constituindo atualmente num importante instrumento de desenvolvimento local. No Brasil, apesar de apenas 24 por cento da população se constituir na demanda do mercado doméstico de turismo, este gera receitas de R\$48,4 bilhões, representando 4,1 por cento do Produto Interno Bruto. Em relação às diversas modalidades de viagens praticadas no Brasil, as relacionadas a eventos (feiras e congressos) são as que apresentam um impacto econômico maior. Para o município de Aracaju, a dinamização da atividade turística, e um aumento da competitividade no mercado nordestino, devem ter como base o foco no segmento do turismo de eventos. Para tanto, é necessário que haja um conjunto de iniciativas por parte dos setores público e privado com o objetivo de eliminar as deficiências existentes.

Palavras-chaves: Turismo de eventos, turismo local, plan de turismo de Aracaju

Key words: Events tourism, local tourism, Aracaju tourism plan.

O turismo enquanto atividade econômica tem sido analisada por diversos autores, como um importante instrumento de desenvolvimento local. É importante ressaltar que o conceito de turismo está relacionado ao conceito mais amplo de atividades que compreende a viagem de pessoas fora de sua residência habitual, por menos de um ano, pelos mais diversos motivos^[1].

Considerando que existe um grande número de motivações de viagens, os impactos, principalmente os econômicos, provenientes da atividade turística, são em grande parte relacionados ao tipo de motivação que envolve a viagem^[2].

Este artigo pretende analisar a importância do turismo de eventos, entendido de forma geral como a viagem relacionada a motivações por feiras e congressos como uma estratégia de desenvolvimento turístico. Desta forma, será realizada uma proposição desta estratégia para o município de Aracaju que está localizado no estado de Sergipe - Brasil.

O artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, será realizada uma discussão sobre a importância econômica do turismo enquanto instrumento de desenvolvimento regional. A segunda faz uma descrição das principais características do mercado de eventos no Brasil. A terceira parte apresenta uma discussão acerca do turismo de eventos enquanto uma estratégia para dinamização do turismo na cidade de Aracaju. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

Importância econômica do turismo

A importância econômica do turismo tem sido demonstrada por diversos autores como Palomo (1990), Salvá et al (1994), Sinclair e Stabler (1997) e Bull (1998). Dentre as principais contribuições da atividade podemos destacar: o duplo papel de grande gerador de emprego e renda em virtude de ser uma atividade intensiva em mão de obra, e o de contribuir para o balanço de pagamentos do país através da geração de divisas.

Em relação à importância do setor enquanto instrumento de desenvolvimento regional, alguns autores como Azzoni (1993) e Ablas (1994), destacam o efeito multiplicador e o impacto do turismo sobre outras atividades econômicas. Para Amaral Filho (1995), o turismo apresenta um perfil ideal dentro de uma estratégia de desenvolvimento regional endógeno[3].

"Sem dúvida alguma o segmento turismo é a opção que mais se aproxima do paradigma do desenvolvimento endógeno sustentado na medida em que consegue conjugar vários elementos importantes para o desenvolvimento local regional (i) forças sócio-econômicas, institucionais e culturais locais, (ii) grande número de pequenas e médias empresas locais, ramificadas por diversos setores e sub-setores, (iii) flexibilização, (iv) alto grau de multiplicação da renda local, (v) indústria limpa, (vi) globalização da economia local, através do fluxo de valores e informações nacionais e estrangeiros, sem que essa globalização crie um efeito "trade-off" em relação ao crescimento da economia local[4]."

Durante muito tempo, a importância econômica do turismo no Brasil esteve relacionada quase que exclusivamente às receitas geradas pelo turismo receptivo (internacional). Estudos recentes, como o elaborado pela EMBRATUR/ FIPE[5] no ano de 2002 que considera apenas os gastos realizados pelos turistas domésticos, demonstram que o turismo corresponde por cerca de 4,1% do Produto Interno Bruto do País, gerando um volume de recursos da ordem de R\$ 48,4 bilhões.

A demanda do mercado do turismo doméstico no Brasil é estimada em 41.352.000 turistas, o que corresponde a aproximadamente 24% da população brasileira. Comparativamente às receitas geradas pelo turismo receptivo, o turismo doméstico gera um volume de recursos cerca de 5,6 vezes maior.

Características do mercado de turismo de eventos no Brasil

A principal motivação das viagens domésticas do turismo doméstico é o lazer, com 76,1 por cento (média Brasil). Entretanto, uma análise superficial poderia induzir a uma caracterização de um perfil de turista bastante semelhante ao "turista padrão" definido pelos livros textos de turismo. Desagregando as motivações das viagens por lazer, percebemos que aproximadamente a metade das pessoas que viajam por esse motivo (50,2%) tem como objetivo a visita a amigos e parentes[6].

Dentre as motivações relacionadas ao não lazer (23,9%), o turismo de eventos, caracterizado na pesquisa FIPE/ EMBRATUR pelas motivações "Feiras e Congressos" representa 7,2 por cento. Em relação à composição regional deste mercado, observa-se comportamento semelhante ao observado no perfil geral do turismo doméstico brasileiro, com os estados mais populosos sendo os principais receptores de turistas com motivações para eventos. Vale ressaltar que os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, localizados na região sudeste do Brasil, absorvem mais da metade deste fluxo, com 31 e 21,2 por cento, respectivamente.

Uma importante característica do mercado de eventos no Brasil está relacionada ao perfil da demanda. A

propensão a viajar para eventos (feiras e congressos) é muito mais presente nas maiores faixas de renda (6,4% para faixas acima de 15 salários mínimos, contra 2,5% para faixas de 4 a 15 salários mínimos).

O perfil da demanda por eventos no Brasil é de extrema importância na medida em que, comparativamente as demais modalidades de turismo, o impacto econômico proporcionado pelo turismo de eventos é significativamente maior. Essa afirmação pode ser exemplificada através do quadro 1 a seguir:

Quadro 1
BRASIL - Comparativo entre turismo de eventos e turismo no Brasil

INDICADOR	TOTAL (1)	EVENTOS (2)
Hospedagem em hotéis de 1 a 3 estrelas	10,4%	26,0%
Hospedagem em hotéis de 4 a 5 estrelas	4,6%	31,3%
Utilização de Agência de Viagens	7,7%	20,2%
Gasto Médio (R\$)	709,70	2.232,10

Fonte: FIPE/ EMBRATUR, (2002). (1) Refere-se ao valor médio do turismo doméstico no Brasil. Engloba todas as motivações de viagens. (2) Refere-se as motivações Feiras e Congressos.

Eventos e estratégia de desenvolvimento turístico: aplicação ao município de Aracaju

Em termos nacionais, dados recentes (FIPE/ EMBRATUR, 2002) colocam o município de Aracaju, localizado no estado de Sergipe, como 16º município mais visitado do Brasil, com uma participação de 0,99 por cento do mercado total de viagens domésticas, o que representa aproximadamente 400.000 turistas.

Como a pesquisa da FIPE/ EMBRATUR considera o número de viajantes, para uma medida mais representativa do real posicionamento da cidade de Aracaju no mercado turístico brasileiro, podemos utilizar a análise da evolução da sua participação no mercado nordestino, considerando nesse caso o fluxo turístico hoteleiro, conforme pode ser observado no quadro 2 a seguir:

Quadro 2
Evolução do Fluxo Turístico nas Capitais Nordestinas (1990-1999)

Capital	Participação Percentual (%)									
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
São Luiz	4,5	4,3	4,1	3,8	3,5	4,0	4,0	5,5	4,8	4,0
Teresina	1,5	1,7	1,9	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7	1,7	2,0
Fortaleza	16,8	16,8	15,2	13,0	12,6	12,6	15,2	13,1	16,3	14,5
Natal	10,5	12,8	12,1	15,3	15,3	18,1	14,9	12,5	12,8	14,2
João Pessoa	5,2	5,0	3,7	3,2	3,3	4,1	4,4	6,8	6,3	25,4
Recife	19,9	17,6	22,5	24,1	26,6	22,3	23,9	23,2	21,9	22,3
Maceió	12,0	10,9	9,0	9,7	8,6	8,7	7,3	10,1	10,7	11,5
Aracaju	6,0	6,3	5,6	5,5	5,4	5,5	5,8	4,5	4,8	3,9
Salvador	23,6	24,6	25,8	23,6	23,1	23,1	23,8	22,5	20,7	22,2

Fonte: CTI/ NE, 2000.

Apesar do fluxo de hóspedes ter crescido aproximadamente 62 por cento [7] nos anos 90, se considerarmos o desempenho do turismo de Aracaju em comparação com as demais capitais nordestinas, a participação total do município no fluxo turístico da região, cai de 6º em 1990 para 8º lugar em 1999.

O item mais revelador do turismo do município de Aracaju refere-se ao perfil do turista que visita o município e que pode ser expresso a partir de dois indicadores: permanência média e motivo de viagem. A baixa permanência média do turista que é de aproximadamente 3 dias reflete a principal motivação de

viagem do turista para Aracaju que são os negócios (cerca de 42% das motivações dos turistas). A baixa permanência média reflete também a não percepção por parte do turista que visita Sergipe, e conseqüentemente o município de Aracaju, de um produto turístico atrativo e diferenciado, que o faça ficar mais tempo na cidade.

É de suma importância a elaboração de uma estratégia que vise recuperar a competitividade do município de Aracaju no mercado turístico nordestino, mercado este caracterizado por um conjunto de produtos turísticos já consolidados, principalmente no que se refere a um segmento de demanda motivada por lazer, principalmente na modalidade "sol e praia". Em relação à localização, Aracaju está situada entre dois dos principais destinos turísticos da região - as cidades de Salvador e Maceió.

Pensar na dinamização da atividade turística do município de Aracaju através da concorrência direta no segmento de demanda de lazer apresenta uma série de dificuldades. Dentre estas podemos destacar: em primeiro lugar, a não consolidação do município de Aracaju enquanto um produto turístico conhecido no mercado brasileiro. Em segundo lugar, a própria característica do mercado doméstico de viagens no Brasil. Em relação à primeira dificuldade, é importante considerar que o elevado grau de competitividade do mercado nordestino é uma "barreira a entrada" importante, o que certamente demandaria do município de Aracaju um esforço significativo em termos de marketing.

Em relação a segunda dificuldade, é importante considerar que o próprio perfil do mercado de turismo doméstico no Brasil mostra que, o "turista padrão", motivado por lazer, possui um baixo nível de gastos, e conseqüentemente, uma baixa utilização do conjunto da oferta turística. Disso resulta que, a relação benefício-custo de atração deste segmento de mercado pode ser de uma racionalidade econômica duvidosa.

É importante ressaltar que aliado ao perfil da demanda por lazer existe uma estrutura tipicamente oligopolista no mercado de agências de viagens no Brasil, e que traz como conseqüência principal, um certo poder de mercado por parte deste segmento, dificultando ainda mais o acesso de destinos turísticos ainda não consolidados ou que não proporcione uma escala econômica atraente, como no caso do município de Aracaju.

Neste contexto, surge o segmento de eventos como uma estratégia de dinamização da atividade turística em Aracaju. Comparativamente ao turismo de lazer, duas características devem ser ressaltadas: a primeira está relacionada ao impacto econômico proporcionado por esta modalidade[8], relacionado principalmente ao perfil da demanda (ver tabela 1). A segunda característica está relacionada ao acesso a este mercado. Diferentemente do mercado de lazer, o mercado de eventos é extremamente pulverizado, não gerando, portanto, um poder de mercado por parte das empresas que o comercializam. Vale ressaltar que, no caso do município de Aracaju, estamos nos referindo ao mercado de eventos de pequeno e médio porte.

O reflexo imediato do desenvolvimento do segmento de turismo de eventos tem se configurado na dotação de infra-estruturas receptivas e promocionais cada vez maiores nas cidades. O turismo de eventos apresenta outra grande diferença ao ser comparado com o turismo de lazer: a quebra da sazonalidade. Os eventos podem ocorrer durante todo o ano, minimizando assim, alguns efeitos negativos sobre alguns empreendimentos turísticos, principalmente a rede hoteleira.

No caso de Aracaju, uma análise preliminar que fomenta um planejamento estratégico para o turismo de eventos, levando-se em consideração os elementos da análise DAFO, apontam para cenários que devem ser desenvolvidos e/ou ampliados em várias escalas dos setores público, privado e/ou em parcerias. (Quadro 3).

Quadro 3 **Análise dafo do turismo de eventos em Aracajú (2003)[9]**

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deficiência nos meios de acesso; - Ineficiência do transporte e receptivo interno; - Inexistência de pacotes de viagem; - Deficiência de operação das agências de eventos; - Falta de qualificação da mão-de-obra; - Escassa promoção de atividades culturais complementares; - Ingerência governamental para captação de eventos; - Alto tarifário da rede hoteleira; - Definição dos produtos identitários locais; - Roteiros turísticos internos definidos; - Falta de capacidade de negociação entre agentes públicos e privados; - Marco normativo favorecedor e incentivador; - Escasso marketing turístico. 	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espaços para realização de eventos (auditórios, centro de convenções, teatros, etc.); - Existência de rede hoteleira; - Presença de recursos turísticos naturais aptos para o desenvolvimento produtivo e comercial; - Participação social da comunidade; - Exigüidade do tempo gasto (distância x tempo) entre os locais de realização do evento e de hospedagem.
<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Localização da cidade de Aracaju em relação aos grandes centros; - Concorrências dos grandes centros receptores; - Riscos para os valores culturais e sociais tradicionais da comunidade; - Possibilidade de impactos ambientais sobre os recursos naturais; - Risco de perda de controle sobre os processos produtivos, a favor de empresas exteriores; - Turismo como fator desequilibrador e gerador de diferenças sócio-econômicas. 	<p>Oportunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidade de atração de eventos; - Atrações turísticas potenciais; - Existência de financiamentos para pequenos e médios empresários do setor; - Contexto e conjuntura de mercado favorável; - Possibilidade de diversificação produtiva da economia local; - Oportunidade de valorizar as tradições culturais locais; - Geração de emprego e renda para a população local; - Possibilidade de financiar políticas sociais, culturais e ambientais.

Elaborado por Cristiane Alcântara de Jesus Santos.

A partir dessa análise percebe-se que a ingerência governamental para a captação de eventos, a falta de negociação entre os agentes públicos e privados e a desqualificação da mão-de-obra são as principais debilidades para o incremento do turismo de eventos na cidade de Aracaju, fazendo com que esse segmento turístico não consiga desempenhar o seu papel de vetor de desenvolvimento da atividade.

Arelado a esses fatores, a localização geográfica da cidade de Aracaju em relação aos grandes centros turísticos torna-se uma grande ameaça, uma vez que não existem atrativos consolidados no mercado que possam viabilizar a permanência desses turistas após o término dos eventos.

É importante destacar que o sucesso da atividade turística, de um modo geral, deve ser focado em um novo modelo de cooperação entre os setores público e privado, o que Rubies (2001) denomina de "novo paradigma para as destinações turísticas". Esse novo paradigma parte da premissa que o objetivo principal da atividade turística, é o de proporcionar a melhoria da qualidade de vida da população local, conseguida através do aumento da competitividade da destinação.

Vale ressaltar que competitividade deve ser entendida como a capacidade de uma destinação turística de competir com sucesso contra outras destinações, gerar níveis de prosperidade acima da média, sustentando esse crescimento ao longo do tempo com os menores custos sociais e ambientais possíveis.

Considerações finais

Utilizar a atividade turística enquanto fator de desenvolvimento local tem sido uma estratégia amplamente discutida principalmente nas últimas duas décadas, em particular no nordeste brasileiro, região que vem perdendo participação no conjunto da economia nacional desde meados dos anos 80 do século passado.

Para a maioria dos estados da região nordeste, vantagens competitivas naturais e culturais, transformou a região no grande centro de turismo de lazer no Brasil. Como consequência, acirrou-se a concorrência entre os diversos destinos turísticos[10].

O município de Aracaju atualmente ocupa uma posição extremamente desfavorável no mercado turístico nordestino. Considerando a importância da atividade turística para o desenvolvimento da economia do município, urge que se tenha em mente uma estratégia realmente factível.

Considerando a extrema dificuldade em se inserir competitivamente no mercado por turismo de lazer no Brasil, o segmento de eventos se apresenta como uma alternativa viável para a dinamização da atividade turística no município de Aracaju. Vale ressaltar que ao se definir o turismo de eventos como segmento estratégico, não se está excluindo o turismo de lazer. Como foi apresentado na análise DAFO, a consolidação de um produto turístico que proporcione satisfação no segmento de lazer é um fator relevante para o próprio sucesso de uma estratégia baseada no turismo de eventos.

Nesse sentido, é possível afirmar que o turismo de eventos surgirá como um dinamizador de todo o conjunto de modalidades turísticas no município de Aracaju. Entretanto, para que o segmento de eventos consiga efetivamente cumprir o papel de dinamizador da atividade turística em Aracaju, há a necessidade de se repensar o papel das ações do estado e iniciativa privada, como também das relações entre estado e iniciativa privada, a fim de que a cidade de Aracaju possa se inserir competitivamente no mercado turístico nordestino.

Notas

[1] OMT. International Tourism: A Global Perspective. Madrid, 1999.

[2] SMITH,STEPHEN. Tourism Analysis: a handbook, Logman, 1995.

[3]O conceito de desenvolvimento regional endógeno aparece na literatura econômica em meados dos anos 80. Fundamentalmente, esse conceito refere-se ao papel das vantagens competitivas locais na geração do processo de desenvolvimento.

[4] AMARAL FILHO,Jair do. Desenvolvimento regional endógeno:(re)construção de um conceito, reformulação de estratégias alternativas(à guerra fiscal). In: *Anais do XXIII Encontro Nacional de Economia*. Salvador, Anpec, 1995, p. 602.

[5] Este estudo teve como objetivo analisar, caracterizar e dimensionar o turismo doméstico do Brasil. Para mais informações consultar: EMBRATUR/FIPE. Estudo, Caracterização e Dimensionamento do Mercado Doméstico de Turismo no Brasil. São Paulo, 2002.

[6]EMBRATUR/FIPE. Estudo, Caracterização e Dimensionamento do Mercado Doméstico de Turismo no Brasil. São Paulo, 2002.

[7] Conforme dados do Programa de desenvolvimento do turismo do nordeste - PRODETUR-SE.

[8] Para alguns eventos, o impacto se mantém durante um período relativamente longo de tempo. A esse respeito ver HOLMES, R,A, SHAMSUDDIN,F,M. Short and long term effects of World Exposition 1986 on US demand for British Columbia Tourism. *Tourism Economics*, vol. 3,n.2, 1997.

[9] Análise DAFO extraída do trabalho intitulado *Turismo de Eventos como Vetor de Desenvolvimento* apresentada no Congresso da Cidade, Aracaju/SE em junho de 2003.

[10] ANDRADE, J.R.L. Uma estratégia alternativa de desenvolvimento regional: o turismo no Estado de Sergipe. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico), UFPR, Curitiba, 1997.

Bibliografia

ABLAS, L.A.Q. Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional. In: *Turismo e Análise*, vol.2 nº 1, ECA/USP, 1992.

AMARAL FILHO, Jair do. Desenvolvimento regional endógeno:(re)construção de um conceito, reformulação de estratégias alternativas (à guerra fiscal). In: *Anais do XXIII Encontro Nacional de Economia*. Salvador: Anpec, 1995.

ANDRADE, J.R.L. *Uma estratégia alternativa de desenvolvimento regional: o turismo no Estado de Sergipe*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico), UFPR, Curitiba, 1997.

AZZONI, C.R. Desenvolvimento do Turismo ou Desenvolvimento Turístico: reflexões com base em duas regiões atrasadas em São Paulo. In: *Turismo e Análise*, vol. 3 nº 1, ECA/USP, 1993.

BULL, Adrian. *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

CTI/NE. *Evolução do fluxo turístico nas capitais nordestinas*, 2000.

EMBRATUR/FIPE. Estudo, *Caracterização e Dimensionamento do Mercado Doméstico de Turismo no Brasil*. São Paulo, 2002.

HOLMES, R.A, SHAMSUDDIN, F.M. Short and long term effects of World Exposition 1986 on US demand for British Columbia Tourism. *Tourism Economics*, vol. 3, n.2, 1997.

OMT. *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid, 1999.

PALOMO, Manuel Figuerola. *Teoria Económica del Turismo*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

PRODETUR-SE. *Sistema de Informações Turísticas de Sergipe*, vários anos.

RUBIES, Bordas Eulogio. Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations. *Tourism Review*, vol.56, nº 3 / 4, 2001.

SALVÁ, P.; AGUILÓ, G.; PICORNELL, S. *El turismo en el desarrollo regional: aportaciones y riesgos*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Madrid, 1994.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. *Turismo de Eventos e Reestruturação do Espaço Urbano do Bairro Atalaia*. São Cristóvão/SE: Departamento de Geografia/UFS, (2000).

SMITH, STEPHEN. *Tourism Analysis: a handbook*, Logman, 1995.

SINCLAIR, M.T; STABLER, Mike. *The economics of tourism*. Routledge, 1997.

© Copyright: José Roberto de Lima Andrade y Cristiane Alcântara de Jesús Santos, 2004

© Copyright: *Biblio3W*, 2004

Ficha bibliográfica

ANDRADE, J. R. y ALCÂNTARA, C. *Biblio 3W*, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, Vol. IX, nº 543, 30 de octubre de 2004. [<http://www.ub.es/geocrit/b3w-543.htm>]. [ISSN 1138-9796].

[Volver al índice de Biblio 3W](#)



[Volver al menú principal](#)