

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

GISLAINE DE MORAES LONGO

**TURISMO DE NEGÓCIOS EM BAURU (SP): A
IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL**

**BAURU
2009**

GISLAINE DE MORAES LONGO

**TURISMO DE NEGÓCIOS EM BAURU (SP): A
IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Turismo, sob orientação do Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas.

**BAURU
2009**

GISLAINE DE MORAES LONGO

**TURISMO DE NEGÓCIOS EM BAURU (SP): A IMPORTÂNCIA DOS
EVENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Turismo, sob orientação do Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas
Orientador

Profa. Msa. Valéria de Almeida Oliveira
Examinadora

Profa. Msa. Tânia Maria Graziadei
Examinadora

DATA:

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ter me dado esta oportunidade e ter colocado em minha vida pessoas maravilhosas como meus pais, Argemiro e Sônia, minha irmã, Mayara, meu namorado, Alex, e meu cachorro, Pitico, os quais eu amo muito, e também ao Professor Mestre Helerson Balderramas.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida e sabedoria, sempre iluminando meus passos e caminho.

Aos meus familiares que me educaram e colaboraram com minha formação emocional, incentivando e apoiando minhas decisões.

Ao meu namorado por estar sempre ao meu lado.

A Universidade Sagrado Coração pela oportunidade de me inserir no campo da pesquisa.

Ao meu orientador que me acompanha desde minha entrada nesta Universidade e é uma pessoa maravilhosa.

Aos meus professores que passaram todo o conhecimento para a execução deste trabalho.

Aos meus amigos de turma que sempre estiveram presentes.

Aos membros desta banca examinadora que irão examinar este trabalho

Aos órgãos ligados ao turismo que tiveram a compreensão em participar deste trabalho.

“Deus está aqui neste momento, sua presença é real em meu viver, entregue sua vida e seus problemas, fale com Deus, ele vai ajudar você”

Padre Marcelo Rossi

RESUMO

O presente trabalho tem como tema o turismo de negócios em Bauru destacando a importância da realização de eventos para o desenvolvimento turístico local. Tem como objetivo principal investigar a necessidade da captação destes eventos que visam melhorar o desenvolvimento turístico. Devido a vocação de Bauru para o turismo de negócios e eventos é necessário analisar qual a situação atual deste mercado, o que está sendo realizado para melhorias no setor e como os eventos impulsionam o turismo local assim como sua infraestrutura. Para o desenvolvimento do trabalho foram utilizadas pesquisas bibliográficas em livros e sites sobre assunto, pesquisa exploratória com os gestores municipais dos órgãos ligados ao turismo para coleta de opiniões e sugestões e ainda pesquisa documental nos arquivos do principal jornal de Bauru a fim de averiguar quais os eventos que ocorreram no último ano. Através das pesquisas realizadas chegou-se a conclusão que Bauru é uma cidade com grande potencial turístico devido sua localização estratégica, sua logística e a presença de muitas empresas de grande porte, porém falta infra-estrutura e informações para o turista.

Palavras-chave: Turismo, Turismo de Negócios e Eventos.

ABSTRACT

This work has the theme of the business tourism in Bauru from the point of the importance of events for local tourism development and main objective is to investigate the importance of the capture of events to enhance tourism development in the municipality. Because the type of Bauru for business tourism and events is necessary to examine what the current status of this market, what is being done to improve the industry and how the events drive the local tourism and its infrastructure. For the development of work were used bibliographical searches in books and websites on the subject, exploratory research with the managers of municipal bodies related to tourism to collect opinions and suggestions and documentary research in the archives of the main newspaper of Bauru to ascertain which events that occurred last year. Through the researches came to the conclusion that Bauru is a city with great tourist potential due to its strategic location, its logistics and the presence of many large companies, but lack infrastructure and information for tourists.

Key-words: Tourism, Business Tourism and Events

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa de localização de Bauru	29
Figura 2 – Guia Turístico de Bauru	32
Figura 3 – Museu Ferroviário Regional	33
Figura 4 – Museu Histórico Municipal	33
Figura 5 – Horto Florestal	34
Figura 6 – Parque Zoológico Municipal.....	34
Figura 7 – Jardim Botânico	35
Figura 8 – Parque Vitória Régia.....	35
Figura 9 – Sanduíche Bauru	36
Figura 10 – Certificado do Sanduíche Bauru	36
Figura 11 – Teatro Municipal.....	37
Figura 12 – Sesc	38
Figura 13 – Aeroclube de Bauru	38
Figura 14 – Bosque da Comunidade	39
Figura 15 – Bauru Shopping.....	39
Figura 16 – Alameda Quality Center.....	40
Figura 17 – Igreja Tenrikyo.....	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Situação atual do mercado de eventos de negócios em Bauru	54
Quadro 2 – Ações que podem ser realizadas para impulsionar os negócios e o que pode ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto a captação de eventos.....	56
Quadro 3 – Ligação entre Eventos e Turismo	58
Quadro 4 – Eventos que mais ocorrem em Bauru	59
Quadro 5 – Alguns eventos que ocorreram na cidade nos setores da Indústria, Comércio e Serviços	60
Quadro 6 – Infra-estrutura do município para realização dos Eventos de Pequeno, Médio e Grande Porte	62
Quadro 7 – Sugestões de melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em função dos Eventos de Negócios	63
Quadro 8 – Fontes de Informações para o Turista de Negócios sobre a Infra-estrutura de turismo do município.....	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1 HISTÓRIA DO TURISMO.....	12
2.2 CONCEITOS DO TURISMO	15
2.3 TURISMO NA ATUALIDADE	16
2.4 TURISMO E ECONOMIA	18
2.5 TURISMO E GOVERNO	19
2.6 TURISMO DE NEGÓCIOS.....	21
2.7 TURISMO E EVENTOS	23
3 OBJETIVOS	26
3.1 OBJETIVO GERAL.....	26
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
4 METODOLOGIA.....	27
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	29
5.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO DE BAURU	29
5.1.1 Delimitação da Área	29
5.1.2 Aspectos históricos e Administração Geral.....	29
5.1.3 Aspectos Sociais	30
5.1.4 Aspectos Econômicos.....	30
5.1.5 Infra-estrutura Básica.....	31
5.1.6 Condições Naturais.....	31
5.1.7 Pontos turísticos de Bauru	31
5.2 RELAÇÃO DE EVENTOS NO ÚLTIMO ANO NO MUNICÍPIO DE BAURU	41
5.3 OPNIÕES DOS GESTORES MUNICIPAIS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO	52
5.3.1 O Mercado dos Eventos em Bauru	52
5.3.2 Realização de Eventos em Bauru	58
5.3.3 Infra-estrutura Turística de Bauru	61
5.4 DIRETRIZES PARA OTIMIZAÇÃO DO MERCADO DE EVENTOS DE NEGÓCIOS EM BAURU	65
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	67
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICES	70

INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

O turismo é hoje uma das principais atividades econômicas de nosso país e do mundo contemporâneo, com destaque ao turismo de negócios que tem crescido significativamente, movimentando a economia, trazendo divisas para as cidades e ajudando na sazonalidade.

O turismo de negócios pode ser um grande aliado para ajudar no desenvolvimento turístico de um município, pois o visitante em seu tempo de ócio pode utilizar toda estrutura turística da cidade, como restaurantes, bares, cinemas, shoppings. Além disso, um visitante bem tratado é um potencial turista de lazer que, provavelmente voltará. Por isso é necessário que as cidades explorem da melhor forma possível seu potencial turístico. Além do que, o turismo significa a criação de novos empregos, a melhoria da infra-estrutura local e a entrada de divisas para os municípios. Afinal, uma cidade só é boa para o turista se for boa também para a população.

O município de Bauru, com 356.680 habitantes (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009) localiza-se privilegiadamente no centro-oeste do Estado de São Paulo. Tem como vocação turística predominantemente de negócios e pode se beneficiar desta vocação para alavancar o desenvolvimento de lazer local, que oferece diversos atrativos para os turistas.

Desta forma, é necessário identificar como os eventos de negócios que acontecem em Bauru, podem impulsionar o desenvolvimento do turismo de lazer no município e analisar qual a infra-estrutura que o município oferece a estes turistas, e o pode ser feito de melhorias para incentivar que o turista de negócios seja também um turista de lazer.

O trabalho está organizado em Fundamentação Teórica, Objetivos, Metodologia, Resultados e Discussões e Considerações. Na fundamentação teórica está o histórico sobre os principais pontos do trabalho para o entendimento do mesmo. Nos objetivos estão listados todos os pontos que se pretende demonstrar. Na metodologia foi citado como o trabalho foi desenvolvido. Nos resultados e discussões estão os resultados obtidos através das pesquisas realizadas e nas considerações finais está a conclusão sobre o trabalho.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HISTÓRIA DO TURISMO

O conceito turismo surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem. A palavra *tour*, muito utilizada no turismo, é de origem francesa, como muitas palavras do inglês moderno que definem conceitos ligados à riqueza e à classe privilegiada. Isso aconteceu porque, durante o tempo em que a Inglaterra esteve ocupada pelos franceses (normandos, século X até o XVI), a corte passou a falar francês, e o inglês escrito quase desapareceu. A palavra *tour* quer dizer volta e tem seu equivalente no inglês *turn*, e no latim *tornare* (BARRETO, 2001, p. 43).

Barreto (2001, p. 43) relata que existem várias opiniões diferentes sobre o início da atividade turística, há autores que situam esse início no século VIII a.C., na Grécia, quando as pessoas viajavam para participar dos jogos olímpicos (DE LA TORRE, 1991, p. 12 *apud* BARRETO, 2001, p. 43); outros teóricos acreditam que os primeiros viajantes foram os Fenícios, por terem sido os inventores da moeda e do comércio (MCTOSH, 1972, p. 9 *apud* BARRETO, 2001, p. 44). Ainda que, se fosse realizada uma pesquisa em outros tempos, e culturas, além Greco-romana, encontrar-se-iam antecedentes mais remotos, chegando-se ao fato que o ser humano sempre viajou, seja definitivamente (migrando) ou temporariamente (retornando) (BARRETO, 2001, p. 44).

Segundo Oliveira (2000, p. 16):

O turismo é mais antigo do que a própria expressão. Os primeiros Jogos Olímpicos ocorreram em 776 a.C., na Grécia Antiga, quando foram promovidas as primeiras viagens que, tempo depois, intensificaram-se com a descoberta das propriedades de cura das águas minerais.

Apesar de não ser um turismo como realizado hoje em dia, também se tratavam de viagens de prazer, comércio ou descoberta, motivadas pelos mesmos objetivos que o turismo atual (BARRETO, 2001, p. 44).

Ainda segundo Barreto (2001, p. 45) a construção de estradas pelo Império Romano foi um fator determinante para que os cidadãos viajassem entre o século II a.C. e o século I d.C., inclusive com maior intensidade que na Europa do século XVIII. De Roma saíram contingentes importantes para o campo, o mar, as águas termais, os templos e os festivais, sendo os romanos os primeiros a viajar por prazer. Através de pinturas pré-históricas, azulejos, placas, vasos, mapas, foi possível demonstrar que os romanos iam à praia para

divertimento, sendo que há registros de mulheres usando biquíni e jogando bola na praia e também iam aos spas, mas nesses buscavam a cura.

Os romanos viajavam por lazer, comércio e para conquistar outras regiões. Ao longo das estradas instalaram hospedarias e centros de tratamento termal. Os grandiosos espetáculos circenses e as lutas nas arenas romanas constituíam-se em grandes atrações de entretenimento e recreação; por isso, os romanos teriam sido os primeiros a viajar por prazer (OLIVEIRA, 2000, p. 16).

Nos séculos seguintes houve muitas viagens por motivos religiosos, as peregrinações, que eram feitas por terra e por mar. Nos séculos II e III d.C., houve intensa peregrinação à Jerusalém, à igreja do Santo Sepulcro, construída em 326 pelo imperador Constantino, o Grande. No século VI, registram-se peregrinações de cristãos (chamados romeiros) para Roma. E no século IX foi descoberta a tumba de Santiago de Compostela, e tiveram início as peregrinações dos chamados Jacobitas ou Jacobeus, (BARRETO, 2001, p. 45).

No século XI, as cruzadas, organizadas para recuperar o Santo Sepulcro, por colocarem nos caminhos da Europa muitos viajantes, entre peregrinos, soldados e mercadores, propiciaram a transformação das pousadas em atividades lucrativas. Assim em 1282 em Florência teve a criação do primeiro grêmio dos proprietários de pousadas, o que influenciou todo o sistema de hospedagem da Itália. Nessa mesma época também teve início os intercâmbios de professores e alunos entre as universidades européias, os *Grands Tours*, (BARRETO, 2001, p. 46).

Ainda segundo Barreto (2001, p. 46), já no século no século XV, começaram as viagens transoceânicas de descobertas. Tendo como principais viajantes, os espanhóis e portugueses. Estas viagens foram que mostraram a existência de um mundo que todos passaram a querer conhecer.

O surgimento do turismo na forma que o conhecemos hoje não foi um fato isolado; o turismo sempre esteve ligado ao modo de produção e ao desenvolvimento tecnológico. O modo de produção determina quem viaja, e o desenvolvimento tecnológico, como fazê-lo. O turismo moderno começou somente a partir do século XIX, após a Revolução Industrial (Séc. XVIII), com as viagens sendo organizadas através de um agente de viagens (BARRETO, 2001, p. 51).

Thomas Cook é importante ser citado, pois foi um pioneiro no turismo, sendo ele que realizou a primeira viagem organizada, quando em julho de 1841, fretou um trem para transportar 578 pessoas entre as cidades de Loughborough e Leicester, o motivo foi para participar de um congresso Antialcoólico. Além disso, Cook popularizou o turismo tornando as viagens acessíveis a todas as classes sociais (OLIVEIRA, 2000, p. 27).

As viagens de negócios são muito antigas, tendo início por volta do século XI, a partir do fortalecimento do comércio na Europa. No início foi exercido timidamente, com comerciantes vendendo mercadorias de pouco valor percorrendo aldeias e as quintas arredores e, depois, mercadorias de grande valor percorrendo cidades e burgos, feiras e mercados, grande riquezas fantásticas e atraindo negociantes de várias partes do mundo. No século XIV, as rotas comerciais já eram bastante conhecidas interligando Ásia, norte da África e a Europa.

Com a descoberta dos mares nos séculos XV e XVI, a era das navegações, houve a expansão das viagens através do mar, e conseqüentemente dos negócios.

Nesta época essas viagens tinham por objetivo a busca do ouro e de outros metais preciosos, o tráfico de escravos, e a compra e venda de produtos de luxo e especiarias. Além disso, também tinham o objetivo do descobrimento, sendo que, os portugueses e os espanhóis tinham interesse em garantir rapidamente a posse das imensas terras que estavam descobrindo (AMADO, 1989, p. 17).

Podemos dizer também que essas viagens transoceânicas, apesar do objetivo de negócios, os navegadores indiretamente faziam turismo de lazer, conhecendo novos lugares e culturas.

De acordo com Amado (1989, p. 2):

Em suas viagens, os europeus encontraram altíssimas montanhas asiáticas com os picos brancos de neve e, na própria Ásia, terras tão baixas que sempre se alagavam. Encontraram escaldantes desertos africanos, onde os homens, quase mortos de sede, sofriam miragens e somente os camelos conheciam o segredo da sobrevivência. Na mesma África, contemplaram o Nilo, maior rio do mundo, as cataratas, lagos e lagoas e ainda savanas habitadas por zebras, girafas, leões. Encontraram na América florestas tropicais que, de tão deslumbrantes, incendiaram a imaginação dos homens e os fizeram se lembrar de Deus e ter visões do Paraíso.

No século seguinte, XVII, a idéia do mercantilismo, ou seja, à concepção econômica de que os lucros se geravam no processo de circulação de mercadorias, que estimulava a exportação de produtos, continuou incentivando as viagens com o propósito de negócios (NADAI, 1993, p. 47).

Desta forma é possível perceber que o homem sempre teve a necessidade de viajar, seja a prazer ou a negócios, e que esta atividade tem se desenvolvido ao longo dos anos, mas somente teve seu ápice de desenvolvimento após a revolução industrial, quando houve a melhoria nos transportes, tecnologia e comunicação, e os destinos começaram a ver o turismo como uma atividade econômica lucrativa.

2.2 CONCEITOS DO TURISMO

A atividade turística vem se desenvolvendo desde a Idade Antiga, e somente recentemente tem sido considerada uma atividade econômica de importância global e vista como um fator relevante para o desenvolvimento dos locais receptores.

O turismo por ser uma atividade multidimensional e multifacetada, e que tem contato atividades econômicas diferentes, não tem um acordo de sua definição pelos autores mesmo dois séculos após a palavra turista ter aparecido. Isso mostra a complexidade dessa atividade e também por outro lado sua imaturidade como campo de estudo. É difícil encontrarmos base de coerência no conceito de turismo, por isso muitos autores criam definições para saciar suas necessidades e situações específicas (COOPER, 2001, p. 40).

Embora haja essa imprecisão na definição de turismo, a mais aceita do ponto vista formal é a dada pela Organização Mundial do turismo (OMT):

Soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais (DE LA TORRE, 1992, p. 19 *apud* BARRETO, 2001, p. 12).

Já a definição do turista utilizando-se da categoria “propósitos de visita”, por convenção, utilizam-se três categorias:

- a) lazer e recreação – incluindo férias, esportes e turismo cultural e a visita a amigos e parentes;
- b) outros propósitos turísticos – incluindo turismo de estudos e saúde;
- c) profissional e de negócios – incluindo reuniões, conferências, missões, turismo de negócios e incentivos (COOPER, 2001, p. 45).

Segundo Jenkins (2000, p. 49) o produto desta atividade econômica se resume a todos os bens e serviços que os viajantes buscam ou compram na preparação e na realização de suas viagens como hospedagem, meios de locomoção, passeios e etc.

Barreto (2001, p. 15) ainda relata que o turismo organizado de nossos dias implica: 1) estrutura de atendimento no local de origem do turista, composta pelas agências ou operadoras, guias ou softwares que preparam a viagem; 2) as transportadoras que viabilizarão o deslocamento, a viagem propriamente dita e; 3) o equipamento receptor no local de destino, os serviços prestados ao turista e toda a trama de relações ente visitantes e residentes do local visitado, faceta que se revela atualmente como a que merece mais atenção dentro do fenômeno turístico.

De acordo com Oliveira (2000, p. 53), o mercado turístico é formado por:

- Atrativos turísticos: entendido como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los;

- Equipamentos e serviços turísticos: entendido como o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística; são constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas;
- Infra-estrutura de apoio turístico: formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística, tais como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos.

2.3 TURISMO NA ATUALIDADE

No Turismo atual há três assuntos que tem ganhado importância: Turismo Sustentável, Globalização e Qualidade dos serviços prestados.

Os temas citados são importantes de discussão visto o acelerado processo de desenvolvimento do turismo, é necessário acompanhar o modo de como isto está sendo feito, se é de forma planejada e consciente, visando a conservação e preservação do meio ambiente apesar da utilização dos atrativos da localidade. Devido esta preocupação, nos últimos anos o turismo sustentável tem se tornado o centro das atenções para que desta forma o turismo possa continuar acontecendo, mas de maneira que não prejudique ou agrida o destino turístico.

O turismo sustentável não se destina apenas ao meio ambiente, ele também está ligado à viabilidade econômica a longo prazo e à justiça social.

De acordo com Swarbrooke (2000, p. 3):

Por “sustentável” geralmente queremos dizer “desenvolvimento que satisfaz nossas necessidades hoje, sem comprometer a capacidade das pessoas satisfazerem no futuro”. Trata-se, portanto, de uma perspectiva a um prazo mais longo que o usual ao tomarmos decisões, e envolve uma necessidade de intervenção e planejamento. O conceito de sustentabilidade engloba claramente o meio ambiente, as pessoas e os sistemas econômicos.

Sobre a ligação com o turismo o autor ainda relata:

Significa turismo que é economicamente viável, mas não destrói os recursos dos quais o turismo no futuro dependerá, principalmente o meio ambiente físico e o tecido da comunidade local.

Por isso o planejamento do turismo é necessário, para acompanhar as ações, orientar os investidores, cuidar da manutenção das decisões tomadas, evitar que não haja desvios de objetivos. É uma linha central que deverá servir para manter o equilíbrio entre as duas linhas externas a fim de que não falem os recursos financeiros e técnicos necessários. Deve controlar o crescimento da oferta em relação à procura, acompanhar as necessidades dos visitantes e verificar se não está crescendo em demasia a oferta hoteleira, sem que haja crescimento de outras ações (OLIVEIRA, 2000, p. 137).

A globalização tem papel fundamental no desenvolvimento do turismo, e também na diversificação do mercado. Com um conhecimento maior os turistas não estão mais procurando apenas os destinos mais tradicionais, mas também novos destinos, pouco conhecidos, mas sempre com segurança e conforto. E também dentro desse contexto surgiu o turismo segmentado: turismo de aventura, ecoturismo, turismo da terceira idade, para que cada dia mais o turismo atenda a necessidade de cada indivíduo.

A globalização ainda tem ajudado na maior preocupação mundial com a proteção e a qualidade ambiental, que influencia empresas do turismo a escolher melhor seus parceiros, e desta forma surge como função indispensável o gerenciamento dos destinos turísticos (JENKINS, 2000, p. 15).

Segundo Andrade (2002, p. 25):

O futuro do turismo está na diversificação da oferta, na segmentação do mercado, na criatividade. Caio Luiz de Carvalho, presidente da Embratur, destaca, contudo, que é necessário um diferencial: qualidade que, para ele, em turismo, é obrigatória.

A qualidade nos serviços turísticos tem ganhado destaque como diferencial no mercado atual em que a concorrência é acirrada, e os clientes estão mais informados e exigentes. Somente através de um serviço de qualidade, é possível conquistar a satisfação das necessidades e expectativas dos consumidores para fidelizar o mesmo. Hoje se compram idéias e não mais produtos, desta maneira, a tendência é agregar conhecimento e maior percepção, embutir conceitos e sentimentos aos produtos.

Segundo Garcia (2000, p. 40):

Para que as destinações turísticas ofereçam serviços de qualidade é preciso treinar o pessoal de atendimento, possuir equipamentos em boas condições e conhecer as necessidades e expectativas do cliente. A boa imagem de um destino fica totalmente destruída diante de um atendimento de baixa qualidade.

Ainda segundo a autora:

Ações que contribuem para a melhoria dos serviços:

- conscientização da população sobre a importância do turismo para a localidade e os benefícios como geração de emprego e renda;
- integrar a comunidade em ações de preservação do patrimônio natural e cultural: conservação de monumentos, praças e jardins;
- avaliação dos eventos municipais visando a implantação de melhorias;
- investimentos na infra-estrutura turística;
- centros de informações turísticas bem equipados, com “folders” contendo as principais informações do município, bem como atendentes motivados e preparados para prestarem a ajuda necessária.

Um item importante na qualidade é a hospitalidade do destino receptor, ou seja, o estabelecimento de relacionamento entre anfitriões (que dão hospitalidade) e hóspedes (que recebem hospitalidade). Sendo assim a hospitalidade transforma estranhos em conhecidos,

inimigos em amigos, amigos em melhores amigos e assim por diante. A pessoa hospitaleira deve procurar ser hábil e atencioso, a fim de que a viagem do hóspede seja perfeita. A comunidade local deve ter isso em mente, pois são eles que prestam os serviços para esses turistas, que precisam de atenção e de se sentir bem recebidos, para que possam retornar ao destino, ou mesmo, indicá-lo para outras pessoas, fazendo assim um marketing gratuito.

2.4 TURISMO E ECONOMIA

A Economia é uma ciência indispensável para o entendimento da “indústria” do turismo que já é aceita como um dos fluxos mais significativos do mercado global. A melhor definição dessa ciência que podemos utilizar no turismo é de Lage e Milone (1991, p. 24):

Economia é o estudo de como os homens e a sociedade decidem, com ou sem a utilização de dinheiro, empregar recursos produtivos escassos que poderiam ter aplicações alternativas, para produzir várias mercadorias, ou seja, bens e serviços, e distribuí-las para consumo, agora e no futuro, entre as diversas pessoas e grupos da sociedade.

Ainda segundo os autores acima, o turismo faz parte do setor terciário da economia, que envolve as atividades de produção compreendendo todos os serviços como, por exemplo, de transporte, de lazer, de hospedagem, de comunicação, etc.

O turismo em sua dimensão econômica possui o propósito de satisfazer necessidades do mercado mediante a disposição do consumidor de pagar o preço dos serviços, o que leva as empresas que prestam serviços turísticos a fornecê-los. Em resumo, o turismo tem como agentes centrais o público e as empresas prestadoras de serviços (BENI, 1997, p. 71).

O avanço e desenvolvimento em outras áreas são fundamentais para a continuação de desenvolvimento nesta área, como o avanço tecnológico, a evolução dos transportes e o progresso das comunicações. Assim é possível percorrer longas distâncias em horas e destinos antes inalcançáveis ficam acessíveis. Os turistas passam a ter mais informações e por consequência curiosidade para conhecer os destinos turísticos. Isso aliado ao maior tempo livre para o lazer com férias remuneradas é fator motivante para que cada vez cresça o número de pessoas que viajam (LAGE; MILONE, 1991, p. 41).

Ainda de acordo com os autores acima, a decisão do turista a gastar seu dinheiro com o turismo é influenciada principalmente pelos preços dos produtos turísticos, pelos preços dos outros bens e serviços, e pelo nível de renda dos turistas e gostos dos turistas.

Segundo Barreto (2001, p. 71) “O turismo é uma atividade que tem uma relação dialética com a sociedade. Do ponto de vista financeiro e dependendo da estrutura social do país em questão, o turismo pode ser uma atividade econômica geradora de riquezas”.

Jenkins (2000, p. 132) relata:

Os gastos dos turistas têm um efeito na estrutura social e econômica dos locais de parada ao longo do trajeto e nos destinos, onde os turistas fazem suas compras. Os negócios são estabelecidos para alimentá-los e acomodá-los, revendedores postais e suvenires e o governo local irá, eventualmente, se envolver para providenciar estacionamentos, entretenimentos e várias outras instalações que irão promover melhorias e garantir a qualidade da experiência.

O desenvolvimento do destino através do turismo ocorre à medida que inclui novas instalações e atrações a fim de melhorar a qualidade e de se tornar mais atrativo para uma vasta gama de segmentos do mercado (JENKINS, 2000, p. 168).

O desenvolvimento do turismo pode trazer benefícios positivos e negativos para a população do destino turístico, sejam consumidoras ou produtoras. Como consumidoras, elas podem ganhar acesso a uma multiplicidade de serviços, tais como melhores estradas, novos hotéis, serviços recreacionais mais desenvolvidos, grande variedade de restaurantes e muitos outros. Como produtoras, a população local pode receber maiores salários pelos recursos disponíveis de trabalho, habilidade e terra (LAGE; MILONE, 2000, p. 118).

É importante para que o crescimento e desenvolvimento do turismo ocorra de forma organizada, a participação de dois agentes econômicos: a organização nacional de turismo e o governo (LAGE; MILONE, 1991, p. 41).

2.5 TURISMO E GOVERNO

O Estado não é apenas um elemento regulador no turismo, em muitos casos é também um grande operador. Muitos equipamentos utilizados pelo turismo são propriedade do Estado, como uma grande parte do transporte público, e também grande parte da contribuição cultural, natural e histórica. Os governos locais e regionais também operam várias instalações turísticas em uma base comercial, incluindo seus próprios mares e aeroportos (JENKINS, 2000, p. 59).

O Governo é um elemento fundamental para desenvolvimento do turismo numa localidade, pois é através dele que são feitas as melhorias na infra-estrutura do destino e também a conscientização da população para a importância dessa atividade econômica.

Segundo Jenkins (2000, p. 157):

Os conselhos de turismo nacionais e regionais irão criar e implementar campanhas publicitárias, projetar, publicar e distribuir material promocional e, o mais

importante, disponibilizar folhetos informativos e sistemas para garantir que os visitantes tenham conhecimento máximo sobre o destino, garantindo assim que a visita seja segura e agradável.

Ainda de acordo com o autor acima:

Os conselhos de turismo também irão organizar cursos de treinamento para a equipe e registrar guias turísticos para garantir que a qualidade da hospedagem e a precisão das informações dadas pelos guias, históricas ou outras, independente do idioma, sejam do mais alto padrão. Os guias turísticos e os gerentes de turismo desempenham um papel especial para o turismo, já que são diretamente responsáveis pela satisfação do cliente de turismo, e serão os primeiros a saber o que causou problemas desnecessários e dificuldades ao turista.

As autoridades locais podem contribuir no turismo oferecendo atrações gratuitas e cobradas na forma de parques, avenidas, teatros e instalações esportivas. Assim essas instalações ajudam a atrair turistas, sustentar e apoiar sua satisfação e dar sua própria contribuição para gerar uma economia positiva para o município. Assim como acontece com as compras, também promovem melhorias na variedade de instalações para os residentes locais. A autoridade local também oferece serviços públicos básicos. Os níveis crescentes da atividade comercial gerada pelos turistas através do desenvolvimento e do sucesso de hotéis e lojas geram receita para autoridade local na forma de taxas e impostos (JENKINS, 2000, p. 175).

O principal órgão do turismo brasileiro é o Ministério do turismo, criado em 2003, que tem como missão desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. Este Ministério inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico. A EMBRATUR, que antes da criação deste Ministério exercia esta função, hoje consiste sua atuação na promoção, no marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

O Ministério do turismo entre vários projetos possui três que evidencia a função do governo:

- Macroprograma: Infra-Estrutura Pública - SNPDTur, reforça a função do governo de oferecer a infra-estrutura básica. Este projeto tem o objetivo de desenvolver o turismo nas regiões onde exista oferta e demanda, provendo os municípios de infra-estrutura adequada para a expansão da atividade e melhoria dos produtos e serviços ofertados, sendo que isto é fundamental para que os produtos turísticos e os serviços prestados pela iniciativa privada sejam de qualidade.

- Programa Turismo Sustentável e Infância – GM, projeto muito importante implantado para reverter um dos impactos negativos do turismo no Brasil, visa proteger as

crianças e adolescentes contra todas as formas de violência e exploração sexual. Para que isso ocorra o programa promove a inclusão social com capacitação profissional junto aos jovens e seus familiares.

- Macroprograma: Promoção e Apoio à Comercialização – SNPTur/Embratur, em que consolida o governo como promotor do turismo, que tem como objetivo a consolidação da imagem do País e a diversificação dos produtos turísticos, tanto para o mercado interno como para o mercado externo. As ações de marketing, que compreendem a publicidade, as ações promocionais e de relações públicas, com base na Marca Brasil, devem consolidar a imagem de um país moderno, com credibilidade, alegre, jovem, hospitaleiro, capaz de proporcionar lazer de qualidade, novas experiências aos visitantes, realização de negócios, eventos e incentivos, tornando-o competitivo internacionalmente. Deve ter como essência a realização de experiências positivas de conhecimento, integração e valorização das riquezas culturais e naturais do País, para a difusão e promoção de um turismo seguro, qualificado, diversificado e sustentável (Ministério do Turismo, 2009).

Desta forma, é fato que o governo brasileiro tem investido e acreditado no turismo como gerador de riquezas e divisas para o crescimento econômico do país, uma vez que o Brasil possui atrativos naturais, com belíssimas praias, chapadas e florestas, assim como atrativos culturais devido à diversidade de seu povo, e o turismo é a alternativa mais viável de desenvolvimento para países com grandes riquezas naturais, com o apoio do governo, o turismo pode ser desenvolvido de forma consciente e sustentável.

2.6 TURISMO DE NEGÓCIOS

Os negócios, ou atividades remuneradas, exercida por uma pessoa fora de seu local de residência é habitualmente chamada de turismo de negócios. Este indivíduo é caracterizado como turista devido realizar uma viagem e utilizar a infra-estrutura turística do local, mas o fator motivante da viagem são os negócios.

Turismo de negócios segundo Ansarah (2000, p. 35) é:

O conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens ou serviços.

A Organização das Nações Unidas (ONU) classificou as viagens de negócios como turísticas por considerar uma demanda significativa e constante dos empresários e executivos

ao mercado de bens e serviços turísticos, e não por causa da natureza das viagens, pois segundo diversas definições as viagens turísticas não podem ser motivadas por atividades remuneradas (ANSARAH, 2000, p. 35).

De acordo com Ansarah (2000, p. 35) as atividades impulsoras mais comuns são:

- congressos e seminários;
- exposições;
- feiras;
- reuniões de trabalho;
- intercâmbios de qualquer espécie;
- eventos esportivos;
- eventos religiosos.

As pessoas que viajam a trabalho têm, em geral, características de demanda similares às dos viajantes a lazer, pois também utilizam transporte, acomodação, alimentação e serviços. As principais diferenças estão relacionadas aos tipos de serviços e aos níveis de transporte e acomodação, pois muitas pessoas que viajam a negócios compram bilhetes aéreos em classe executiva e optam por hotéis cujas localidades e serviços irão facilitar a condução do negócio. As despesas desse tipo de turista serão pagas pela empresa, e não por elas mesmas, e dessa maneira as pessoas que viajam a trabalho tendem a gastar mais do que os turistas de lazer, então o valor líquido para os destinos será, em geral, maior do que o daqueles que viajam a lazer (JENKINS, 2000, p. 77).

Martin (2003, p. 20) relata:

Os passageiros aéreos que se deslocam a negócios viajam na baixa temporada de lazer e tantas vezes quantas os negócios demandarem. Utilizam-se freqüentemente das “tarifas cheias” (tarifas aéreas sem descontos) da classe econômica, por não poderem submeter-se às restrições impostas pelas tarifas promocionais, como a de permanência mínima de vários dias. Entre eles, os executivos são os principais freqüentadores das classes mais dispendiosas, como a executiva e a primeira classe. Também se hospedam em melhores hotéis ou flats e gastam mais em alimentação e transporte terrestre (táxis ou aluguéis de automóveis. Enquanto o turista de lazer consome US\$ 80,00, o gasto do turista de eventos é de US\$ 220,00 por dia (são quase três vezes mais do que o turista de lazer). Subirá ainda mais esse gasto se ele for bancado pela empresa.

Além de todos esses benefícios trazidos pelo turista de negócios, ele ainda é um potencial turista de lazer na localidade visitada. Se esta dispor infra-estrutura turística bem planejada e divulgue isso ao turista de negócios, o mesmo pode aproveitar seu tempo ocioso na infra-estrutura turística do município como teatros, cinemas, bares, e etc.

Jenkins (2000, p. 77) afirma “As organizações de turismo em muitos países não têm percebido o potencial dos indivíduos que viajam a negócios de se tornarem viajantes a lazer quando atingem seus destinos”.

2.7 TURISMO E EVENTOS

Os eventos também crescem notavelmente, desempenhando importante papel para o turismo, uma vez que, o primeiro está incluído no segundo, pois é o fator determinante para o turista ir a determinado destino, e este irá utilizar toda infra-estrutura turística da localidade.

Pode-se definir os eventos como fenômeno multiplicador de negócios, pela sua capacidade de atrair novos fluxos de visitantes, sendo uma atração constante, em qualquer época, ao contrário do turismo de lazer, que é mais acentuado nos períodos de férias e de feriados prolongados. Os eventos junto ao esporte são para a OMT as duas atividades de maior repercussão social e econômica no mundo atual, e são ainda duas forças que unem a humanidade (ANDRADE, 2002, p, 41).

Interligando os eventos ao turismo, Andrade (2002, p. 31) relata:

Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração. Mas podem também ser constituídas por iniciativas fundamentadas apenas num cenário de atendimento das exigências do mercado consumidor.

De acordo com Ansarah (2000, p. 78) os eventos de acordo com seus propósitos podem ser classificados como culturais, esportivos, musicais, de lançamento de produto ou serviço, inaugurações, comemorações, datas cívicas, congresso, convenção, feira, exposição e mostra, festival, visita, workshop, bolsa de contratação, fórum, seminário, simpósio, curso, assembléia, mesa-redonda e painel.

A infra-estrutura turística da localidade é essencial que seja de boa qualidade para garantir o sucesso do evento. A localidade deve estar adequada com serviços como: aeroporto, rodoviária, pontos de táxi, aluguéis de carro, meios de hospedagem, programação social e de lazer e informações gerais (BRITTO, 2002, p. 171).

Os eventos são um potencial multiplicador turístico, pois normalmente implicam no desembarque de duas pessoas ou mais, ajudando a reduzir sensivelmente a sazonalidade, sendo que a maioria acontece durante a semana, e também criam uma imagem positiva da cidade-sede, mobilizam o 'trade' turístico e, por consequência, geram emprego e renda de imediato, propiciando a entrada de divisas para a localidade receptora (ANSARAH, 2000, p. 77).

De acordo com Bahl (2003, p. 5), os eventos são responsáveis, direta ou indiretamente, por transações anuais no valor de US\$ 27 bilhões, o que corresponde a cerca de 11% do PIB

(produto Interno Bruto) mundial. Cresce a taxas surpreendentes o número de congressos, simpósios e exposições. Para que este mercado continue em desenvolvimento é imprescindível que as empresas organizadoras de eventos invistam em profissionalismo, criatividade, informações e conhecimentos traduzidos em novas competências.

A comunidade receptora, também tem muito a se beneficiar com a maior captação dos eventos. Conforme Molleta (2000, p. 16):

A comunidade receptora tem várias vantagens no processo de captação e realização de eventos, mesmo quando de pequeno porte. [...] os eventos são importantes para o turismo da localidade que o promove, pois, ao atrair pessoas de outras cidades ou regiões, incentivam a economia e enriquecem a sua vida cultural. Além disso, a organização de um evento é uma forma de chamar a atenção, do público potencial ou da mídia, sobre o local sede.

A organização de um evento não é fácil, e requer especialização. O mesmo também deve estar adequado à infra-estrutura da oferta local e as condições da demanda. São três etapas para o desenvolvimento de um evento: 1) Planejamento; 2) Realização; e 3) Avaliação.

- Planejamento: nesta fase acontece a análise da conjuntura, ou seja, o estudo do mercado, que envolve o levantamento de banco de dados, oferta, demanda, infra-estrutura, ordenação, recursos humanos, promoção, programas operacionais, a fim de traçar os objetivos e as metas.

- Realização e cronograma: nesta fase em que já está decidida a realização do evento, é o momento de colocar em prática, seguindo-se um caminho comum, com alternativas adaptadas às circunstâncias. O promotor do evento, ou seja o coordenador geral, junto ao C&VB (Convention & Visitors Bureau) ou dos empreendedores específicos, formam comissões que avaliam necessidades e elaboram orçamentos de acordo com suas atribuições e responsabilidades. As comissões são: executiva, de cerimonial e protocolo, de marketing, de exposição, de festejos, de finanças, de hospedagem, de inscrições/ registro, de ornamentação e sinalização, de programa, de recepção e hospitalidade, e de segurança.

- Avaliação: Finalizado um evento é a fase de avaliação, que tem papel importante sendo que as respostas servirão para o aperfeiçoamento de novos trabalhos, pois as mesmas apontarão as necessidades, ansiedades e expectativas dos participantes (ANDRADE, 2002, p, 52).

O C&VB, uma instituição de iniciativa privada sem fins lucrativos que congrega empresas e entidades ligadas aos setores de turismo, transportes, comércio, indústria e serviços, tem papel essencial para o melhor desenvolvimento dos eventos é nele que são realizadas as atividades operacionais e os estudos para o desenvolvimento, geração e captação de eventos nas áreas bem-estruturadas, tornando-se um cartão de visita, pois nos destinos em

que há esta instituição, existe um serviço que segue padrões de qualidade e metodologia de atuação. Seus objetivos são estimular e apoiar eventos; promover a geração de eventos; e captar eventos.

Bauru devido sua vocação turística voltada para o turismo de negócios, possui o Bauru e Região Convention & Visitors Bureau, que se localiza na Avenida Nações Unidas, 19-50, e tem como presidente Michele Kyrillos Obeid.

A área do marketing é de extrema importância para os eventos e de acordo com Andrade (2002, p. 141) desempenha função fundamental na maior captação dos eventos, uma vez que identifica e antecipa as necessidades do consumidor, de maneira mais rentável, otimizando investimento. O evento sendo um produto, tem a necessidade de se vender, e diante de um mercado cada dia mais concorrente, a informação se faz extremamente necessária, pois o cliente atualmente tem se tornado cada dia mais exigente e informado, conhecer suas preferências é imprescindível.

Melo Neto (1999, p. 20) cita:

O evento tem características de um produto – deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional. O bom evento é algo inusitado, inovador e desafiante. Uma oportunidade de vivenciar algo realmente diferente, pois somente desta forma o público vai dele participar. (...) Assim, podemos afirmar que o evento é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivências emotivas. O público, ao participar de um evento, busca distração, sucesso, emoção, beleza e novidade.

Assim o autor acima afirma o evento como um produto, colocando, conforme a idéia do marketing, o cliente em primeiro lugar.

OBJETIVOS

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Investigar qual a importância da captação dos eventos para melhorar o desenvolvimento turístico do município de Bauru.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Averiguar a infra-estrutura da cidade de Bauru para receber os Eventos e os turistas de negócios;
- caracterizar os atrativos turísticos da cidade de Bauru;
- identificar as perspectivas para o setor de eventos em geral na cidade de Bauru;
- verificar quais benefícios os eventos geram para o turismo na cidade de Bauru;
- investigar o que está sendo feito para melhoria deste setor;
- relacionar os eventos realizados em Bauru no ano de 2008.

METODOLOGIA

4 METODOLOGIA

No presente trabalho foi utilizado o método dedutivo que parte do geral para o específico, utilizando a razão (BALDERRAMAS, 2008).

As pesquisas realizadas para o desenvolvimento do trabalho foram pesquisas bibliográficas através de livros e sites da Internet para o conhecimento científico do assunto, pesquisa exploratória ou levantamento com entrevistas diretamente às pessoas que possuem experiência na área estudada cujas opiniões e sugestões precisávamos conhecer para a discussão do assunto, e também pesquisa documental através do arquivo do site do Jornal da Cidade.

Desta forma as fontes das pesquisas foram primárias através da opinião direta dos gestores públicos que foi dada especificamente para a elaboração deste trabalho e secundárias pela pesquisa bibliográfica e documental, os quais foram utilizadas as partes que interessam ao assunto, mas não foram feitas com a finalidade deste trabalho (BALDERRAMAS, 2008).

A coleta dos dados bibliográficos foi feita através de pesquisa de livros e artigos científicos no arquivo da biblioteca da Universidade do Sagrado Coração que abordavam temas sobre turismo, turismo de negócios, eventos e economia do turismo. Também foram utilizados sites dos órgãos de Turismo e sites de dados geográficos e de infra-estrutura do município de Bauru.

A coleta de dados documentais realizou-se através da busca de matérias disponível no site do Jornal da Cidade, no arquivo do ano 2008 com a palavra chave “eventos”. A relação dos eventos foi elaborada de forma resumida em mês, data, nome do evento e local realizado.

Para a coleta dos dados da pesquisa exploratória foi escolhido primeiramente o tipo de pesquisa qualitativa, a qual oferece a qualidade das informações e respostas obtidas, pois o objetivo da entrevista era a opinião de cada participante para a busca da essência do assunto, com a interpretação particular de cada um. Para isto foi elaborado um roteiro de entrevista (Apêndice A) com as perguntas divididas em temas sobre o assunto estudado. A intenção desta entrevistas era saber a situação atual do assunto no município de Bauru, portanto decidiu-se realizar a mesma com os principais gestores dos órgãos ligados ao turismo, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico (Apêndice C), o Departamento de Turismo (Apêndice E), o Bauru e Região Convention & Visitors Bureau (Apêndice G), o Ciesp Bauru (Apêndice I) e o Comtur (Apêndice K). As entrevistas foram marcadas previamente por telefone com os próprios gestores ou secretários dos mesmos, e sempre realizadas no próprio local de trabalho.

A fim de não perder nenhum comentário dos entrevistados, as entrevistas foram gravadas através de um aparelho de MP4, que posteriormente foram transcritas para o computador. Após o término de cada entrevista, os participantes assinaram o termo de consentimento permitindo a divulgação dos dados obtidos (Apêndices B, D, F, H, J).

O tratamento dos dados foi realizado de forma analítico sintético, ou seja, os dados foram analisados e descritos de forma resumida (BALDERRAMAS, 2008).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO DE BAURU

5.1.1 Delimitação da Área

Bauru é um município brasileiro, localizado no centro do Estado de São Paulo, distante 345 quilômetros da capital (Figura 1). Faz divisas com os municípios de Reginópolis (Norte), Piratininga (Sul), Agudos, Pederneiras (Leste) e Avaí (Oeste) (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009).



Figura 1 – Mapa de localização de Bauru
Fonte: Prefeitura Municipal de Bauru (2009)

5.1.2 Aspectos históricos e Administração Geral

Bauru começou a ser povoada em 1856 pelos desbravadores Felicíssimo Antônio de Souza Pereira e Antônio Teixeira do Espírito Santo, sendo estes também os primeiros a usar este nome para denominar a região.

A Vila de Bauru, como era chamada na época, era subordinada ao município de Fortaleza. No entanto devido ao progresso de Bauru e a distância da sede do município, em 1 de agosto de 1896, Dr. Manoel Ferraz Campos Salles, presidente (governador) do Estado de

São Paulo, sancionou a lei n 428 do Congresso de Estado que diz: “O município de Espírito Santo de Fortaleza passa a denominar-se Bauru, mudando-se a sua sede para esta última povoação” (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009).

O acontecimento mais marcante para o progresso do município foi a construção de uma ferrovia ligando Bauru à economia da nação.

O atual prefeito do município é Rodrigo Antonio de Agostinho Mendonça, e a organização política e social está dividida nas secretarias de Administração, Administração Regionais, Agricultura, Bem Estar Social, Cultura, Desenvolvimento, Educação, Esportes, Finanças, Jurídico, meio Ambiente, Obras, Planejamento e Saúde (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009).

5.1.3 Aspectos Sociais

Bauru possui 356.680 habitantes distribuídos em uma área de 674 km², resultando em uma densidade demográfica de 509,57 habitantes por km² (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009).

De acordo com o censo 2000 (IPEADATA, 2009), a maioria da população são mulheres (51%), e quase todos habitantes vivem na zona urbana (98%).

A população jovem (menos de 15 anos) corresponde à 21,63%, enquanto os idosos (60 anos ou mais) correspondem à 11,75%, sendo que a expectativa de vida é de 70 anos.

O índice de pobreza é 14,01% e sua taxa de alfabetização de 94,76%.

5.1.4 Aspectos Econômicos

Com uma localização privilegiada, Bauru reúne a melhor estrutura para implantação de empreendimentos Industriais e Comerciais. Sua maior participação dos vínculos empregatícios está no setor de serviços (47,99%), seguido do setor de Comércio (25,10%) e depois Indústrias (15,77%).

A renda per capita é de 3,28 salários mínimos (SEADE, 2009).

5.1.5 Infra-estrutura Básica

Na questão de infra-estrutura básica, Bauru possui nível de atendimento de quase 100% em praticamente todos os quesitos como Coleta de lixo (96,63%), Abastecimento de água (98,90%) e Esgoto Sanitário (96,61%).

O acesso a Bauru pode ser feito através das rodovias que atravessam o município e também através do aeroporto e do aeroclube.

As rodovias que chegam a Bauru são:

- SP-225 – Rodovia Engenheiro João Batista Cabral Renno
- SP-294 – Rodovia João Ribeiro de Barros
- SP-300 – Rodovia Marechal Rondon
- SP-321 – Rodovia Cesário Jose de Carvalho

O Aeroporto Estadual Moussa Nakhl Tobias realiza vôos comerciais diários entre Bauru e São Paulo (Congonhas) através da cia. aérea Pantanal.

E no Aeroclube Estadual de Bauru são realizados os vôos de aviões e helicópteros particulares.

5.1.6 Condições Naturais

Bauru possui clima Temperado com temperaturas médias que variam de 26°C em janeiro a 19°C em julho. Sua vegetação atual é o cerrado, e o seu solo característico é o Afloramento Pré-Cambriano e Arenito Bauru mais conhecido como “Terra Branca”.

A maior parte do território possui ondulações (64,71%) e o município é banhado pelos rios Batalha e Bauru (Prefeitura Municipal de Bauru, 2009).

5.1.7 Pontos turísticos de Bauru

Bauru tem seu turismo predominante voltado ao turismo de negócios e ao turismo científico, devido sua localização privilegiada no centro do Estado, e suas universidades, hospitais, institutos e centros de pesquisas. O turismo local é bastante rico oferecendo ótimas opções de hotéis, restaurantes, bares, um zoológico de primeiro mundo e intensa atividade cultural, oferecida principalmente pelo Sesc e pelo Teatro Municipal, e mais recentemente



Figura 3 – Museu Ferroviário Regional
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Museu Histórico Municipal (Figura 4)

Localizado na rua Antônio Alves, 13-31, no centro da cidade, possui acervo da história de Bauru.

Aberto para visitação de terça-feira a sábado, das 9h às 17h.



Figura 4 – Museu Histórico Municipal
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Núcleo de Documentação e Pesquisa de Bauru

Localizado na rua Irmã Arminda, 10-81, este órgão é destinado à preservação do patrimônio histórico cultural regional.

Aberto para visitação de terça-feira a sábado, das 9h às 17h.

b) Naturais

- Horto Florestal (Figura 5)

Localizado na avenida Rodrigues Alves, 38-25, é uma estação experimental que realiza pesquisa com pinus, eucaliptos e espécies exóticas e nativas. Nos seus 50 hectares pode-se caminhar, respirar ar puro e entrar em contato com a natureza.



Figura 5 – Horto Florestal
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Parque Zoológico Municipal (Figura 6)

Localizado na rodovia João Ribeiro de Barros, km 232, abriga um grande número de animais brasileiros. Possui aquário, pinguinário e uma área reservada aos répteis.

Aberto para visitação de segunda a sexta-feira das 8h às 16h, sábado e domingo das 8h às 17h.



Figura 6 – Parque Zoológico Municipal
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Jardim Botânico (Figura 7)

Localizado na rodovia João Ribeiro de Barros, km 232, possui trilhas, orquidários e praça de plantas medicinais.

Aberto para visitação diariamente das 8h às 16h30.



Figura 7 – Jardim Botânico
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Parque Vitória Régia (Figura 8)

Localizado na avenida Nações Unidas, quadra 24,   um espaço aberto em área verde com lago formado por uma nascente próxima, onde emergem a Concha Acústica e o Anfiteatro.



Figura 8 – Parque Vitória Régia
Fonte: Portal de Bauru (2009)

Os estabelecimentos que vendem o sanduíche Bauru (Figura 9) também são reconhecidos pela prefeitura como pontos turísticos. O sanduíche Bauru é uma das marcas da cidade, se tornando um atrativo gastronômico, inclusive foi criado um boneco em forma do sanduíche, chamado de Bauruzinho. O sanduíche foi criado em 1933 pelo radialista Casimiro Pinto Neto, conhecido pelo apelido de Bauru, por conta de sua origem quando chegou à capital. Inventou o sanduíche na famosa lanchonete de São Paulo, o Ponto Chic, quando queria degustar um lanche rápido e substancioso. Os amigos provaram o lanche do Bauru, gostaram e assim o lanche ficou conhecido, ganhando fama pelo Brasil afora. O lanche é composto por pão francês, rosbife, queijo derretido em banho maria, tomate e picles. Hoje existe o certificado do sanduíche Bauru (Figura 10), que tem o intuito de preservar a identidade do sanduíche e sua tradição. Para receber o selo de autenticidade é necessário passar pela aprovação do Comtur, que somente concede este certificado se os estabelecimentos respeitam a forma correta de prepará-lo.



Figura 9 – Sanduíche Bauru
Fonte: Portal de Bauru (2009)



Figura 10 – Certificado do Sanduíche Bauru
Fonte: Prefeitura Municipal de Bauru (2009)

c) Tradicional Sanduíche Bauru (Estabelecimentos Certificados):

- Skinão Lanches

Rua Rio Branco, 23-06.

(14) 3224-1110

- Bar do Aeroporto

Alameda Octávio Pinheiro Brisola, 19-100.

(14) 3234-0469

- Bauru Chic

Rua Baptista Antônio de Angelis, 1-01, atrás do Bauru Shopping.

(14) 3226-1587

Além destes podemos destacar também:

- Teatro Municipal (Figura 11)

Localizado na avenida Nações Unidas, 8-9, é palco de grandes espetáculos da cena artística bauruense e brasileira, com recursos para apresentações de peças, shows, musicais e eventos de vários portes.



Figura 11 – Teatro Municipal
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Sesc (Figura 12)

Localizado na avenida Aureliano Córdia, 6-71, é um espaço aberto para a cultura, oferecendo ótima programação cultural com shows de renomados artistas, e também oferece programação com atividades físicas para crianças e adultos.



Figura 12 – Sesc
Fonte: Sesc (2009)

- Aeroclub de Bauru (Figura 13)

Localizado na alameda Octávio Pinheiro Brisola, 19-100, é um dos patrimônios culturais e esportivos de Bauru.



Figura 13 – Aeroclub de Bauru
Fonte: Migalhas (2009)

- Bosque da Comunidade (Figura 14)

Localizado na rua Araújo Leite, quadra 29, é uma área de lazer com cerca de 16 mil metros quadrados com muitas árvores, trilhas e um parquinho para as crianças, onde é possível se encontrar mais com a natureza e se afastar da área urbana.



Figura 14 – Bosque da Comunidade
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Bauru Shopping (Figura 15)

Localizado na rua Henrique Savi, 15-55, possui além das lojas, espaço de lazer, incluindo cinemas, play ground e uma ótima praça de alimentação recém inaugurada.



Figura 15 – Bauru Shopping
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Alameda Quality Center (Figura 16)

Localizado na rua Luis Levorato, 1-55, é um espaço de lazer, que oferece uma ótima praça de alimentação com diversas opções gastronômicas e cinemas. E traz regularmente exposições e shows de renomados nomes da música brasileira e internacional.



Figura 16 – Alameda Quality Center
Fonte: Portal de Bauru (2009)

- Igreja Tenrikyo (Figura 17)

Localizado na rua Newton Prado, 4-40, na vila independência, é um templo japonês e sua construção em estilo nipônico é uma reprodução do Templo da sede em Tenri.

Aberto para visitação de segunda-feira a sábado das 8h às 11h / 15h às 17h e aos domingos das 11h às 17h.



Figura 17 – Igreja Tenrikyo
Fonte: Portal de Bauru (2009)

Com isso Bauru se torna um importante centro de atrativos culturais e ambientais, com variadas opções de lazer e entretenimento para diversos públicos (Portal de Bauru, 2009).

5.2 RELAÇÃO DE EVENTOS NO ÚLTIMO ANO NO MUNICÍPIO DE BAURU

Foi realizada pesquisa através do arquivo de matérias do site do Jornal da Cidade (2009) sobre os eventos de negócios que aconteceram em Bauru de dezembro/ 2008 a janeiro/ 2008. A relação em ordem decrescente foi escolhida para trazer a memória primeiramente os eventos mais recentes para os mais antigos.

É necessário ressaltar a importância desse tipo de pesquisa pois não há nenhum levantamento específico dos eventos que acontecem em Bauru pelos órgãos municipais, e somente foi possível fazer esta relação por meio do arquivo do principal jornal de Bauru “Jornal da Cidade”, sendo que deve-se considerar que nem todos os eventos que foram realizados no ano de 2008 constam nesta relação, pois muitos acontecem dentro das empresas (eventos corporativos) e não são divulgados no referido periódico.

Seguem abaixo os eventos que foram noticiados e classificados no segmento de negócios (congressos, feiras, exposições, simpósios, etc).

DEZEMBRO/ 2008

06 a 07 – 1ª Feira Bauru Japão

Local: Sociedade Hípica

11 a 14 – 29º edição do Potro do Futuro

Local: Recinto Mello Moraes

11 a 14 – 2ª Copa Campeão dos Campeões da Raça Quarto de Milha de Trabalho e Conformação

Local: Recinto Mello Moraes

NOVEMBRO/ 2008

5 a 7 – 1º Encontro Regional de Comunicação Ambiental

Local: SESC

07 – Bauru Fashion Week

Local: Dolce

10 a 12 – Simpósio de Engenharia de Produção (Simpep)

Local: Universidade Estadual Paulista

10 a 14 – JCNET Future Tênis Cup

Local: Bauru Tênis Clube

11 a 14 – 2ª Edição da Jornada de Música

Local: Universidade do Sagrado Coração

12 – 2ª Mostra de Psicologia

Local: Universidade do Sagrado Coração

13 e 14 – 2ª Edição da Mostra Gastronômica

Local: Universidade Sagrado Coração

14 a 16 – 13º Campeonato Nacional de Conformação

Local: Recinto Mello Moraes

14 a 16 – 8º Campeonato Nacional de Trabalho

Local: Recinto Mello Moraes

15 e 16 – 10ª edição do Festival Interamericano de Danças Árabes

Local: Teatro Municipal Celina Lourdes Alves Neves

16 – Festa 100 anos Pernambucanas

Local: Parque Vitória Régia

17 a 21 – XII Jornada Científica de Serviço Social

Local: Instituto Toledo de Ensino (ITE)

19 – Seminário Regional de Capacitação das Comissões Municipais de Emprego

Local: Obeid Plaza

21 a 23 – 13º torneio de quarto de milha (segunda etapa)

Local: Recinto Mello Moraes

26 a 28 – Seminário Batalha Espiritual em Finanças

Local: Associação Comercial de Bauru

29 – Encontro Regional de Comissões de Direitos Humanos

Local: 21ª Subseção da Ordem dos Advogados do Brasil

OUTUBRO/ 2008

02 a 04 – 1º Encontro Regional de Administração

Local: Faculdades Integradas de Bauru (FIB)

06 a 12 – Feimob

Local: Bauru Tênis Clube

06 a 12 – MaxiMídia

Local: Bauru Tênis Clube

10 – 3ª Feira do Jovem Empreendedor

Local: Colégio Fênix de Bauru

11 – Palestra “Qualidade das Informações”

Local: Associação Comercial de Bauru (Acib)

11 – Palestra “Direito Penal e Processo Penal no século 21”

Local: 21ª Subseção de Bauru da Ordem dos Advogados do Brasil

15 e 16 – II “Enco-Rádio – Encontro em Comemoração do Rádio – 86 anos”

Local: Universidade Estadual Paulista (Unip)

20 a 22 – Evento “Informações estratégicas para ações comerciais e de marketing: mercados interno e externo”

Local: Rua Machado de Assis, quadra 12

20 a 26 – Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (C&T)

Local: Zoológico

22 a 24 – 6ª Jornada Farmacêutica

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

22 a 24 – 3º Design Essencial

Local: Senac

24 – Conferência para diretrizes de atendimento sócio-educativo (Sinase)

Local: Fundação Casa

24 e 25 – 1º Jornada de Ginecologia Endócrina

Local: Casa do Médico

24 e 25 – 3º Encontro de Turismo

Local: Faculdades Integradas de Bauru (FIB)

27 a 31 – Jornada de Biologia 2008

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

27 a 31 – 11º Encontro de Comunicação (Encom)

Local: Universidade Paulista (Unip)

28 – Palestra “Crise financeira: como enfrentá-la”

Local: Instituto Toledo de Ensino (ITE)

SETEMBRO/ 2008

03 – Palestra “Stress – dicas e reflexões para se viver melhor”

Local: Sede Conselho Regional de Serviço Social (CRESS)

04 – 6ª edição do Seminário de Gestão Energética (GEI)

Local: CPFL Bauru

06 – 8º Encontro Regional de Advogados de Bauru e Região.

Local: Instituição Toledo de Ensino (ITE)

06 – 2º Dia de Campo sobre criação de ovinos

Local: Recinto Mello Moraes

10 a 13 – 7ª Jornada Odontológica com o tema “Conquistando novos horizontes na Saúde Bucal”

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

10 a 14 – 9ª edição InterR Designers

Local: Universidade Estadual Paulista (UNESP)

13 e 14 – 2º Encontro de Radiologia de Bauru e região

Local: Subseção Bauru da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)

13 e 14 – Copa Centro Oeste Paulista de Automodelismo (quinta etapa)

Local: Chale Hotel

15 a 17 – 2º Simpósio de Reabilitação do Hospital Estadual

Local: Hospital Estadual

15 a 19 – 5ª semana de química

Local: Universidade Estadual Paulista (UNESP)

19 e 20 – 1ª Jornada de Medicina Legal Criminal do Interior

Local: Casa do Advogado

19 e 20 – 3º encontro de Comunicação (ComFIB)

Local: Faculdades Integradas de Bauru (FIB)

19 a 21 – 4º Festival de Corais

Local: Teatro Municipal Celina Lourdes Alves Neves

23 e 24 – Bauru Collection

Local: Santa Madalena

25 – Fun Music 2008 – Festival Universitário de Música e Arte Digital

Local: W

26 – Workshop “Estação Ciência de Bauru: Interação, Conhecimento e Inclusão Social”

Local: Instituto Lauro de Souza Lima (prédio do antigo cassino do instituto)

29 – 1º Encontro Histórico Ferroviário e de Ferromodelismo de Bauru

Local: Estação Ferroviária de Bauru

AGOSTO/ 2008

02 e 03 – 5ª etapa do Circuito Paulista Panelão de Futevôlei

Local: Bauru Tênis Clube

02 a 31 – 1º Simpósio de Serviço Social e Psicologia

Local: Hospital Estadual

05 a 08 – Curso “Bases Imunohematológicas: desvendando a imunohematologia”

Local: Hospital Estadual

07 a 17 – 35ª Grand Expo Bauru 2008

Local: Recinto Mello Moraes

08 – 1º Encontro Estadual de Produtores de Leite

Local: Recinto Mello Moraes

09 e 10 – 2º Encontro de Bonsai de Bauru e Região

Local: Centro Cultural Carlos Fernandes de Paiva

11 a 15 – 2º Encontro da Ulepicc Brasil

Local: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac/Unesp)

13 e 14 – Feira Regional de Empregos

Local: Sagae Eventos

14 a 17 – 2º Encontro Estadual de Cineclubes Paulistas

Local: antiga Estação da Paulista

16 e 17 – 2º Encontro Náutico

Local: Sede Náutica do Bauru Tênis Clube

17 – Street Crosser (1 etapa)

Local: Kartodromo Toca da Coruja

17 – Torneio Aberto da Luso

Local: Clube Luso Brasileiro

20 – 15ª Jornada de Fonoaudiologia

Local: Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB) da Universidade de São Paulo (USP)

20 – Palestra “Ministério Público do Trabalho Contemporâneo”

Local: Instituição Toledo de Ensino (ITE)

20 – Palestra “Marketing de Serviço”

Local: Senac Bauru

22 a 24 – 13º Campeonato do Núcleo Bauruense do Cavalo Quarto de Milha

Local: Recinto Mello Moraes

25 a 29 – Semana de Engenharia

Local: Universidade Estadual Paulista (UNESP)

29 – Prêmio Destaques do Ano 2008

Local: Sagrae Eventos

29 a 31 – Curso de Horsemanship

Local: Recinto Mello Moraes

JULHO/ 2008

12 a 19 – 31º Campeonato Nacional da Raça Quarto de Milha

Local: Recinto Mello Moraes

21 a 27 – Palestras sobre ortopedia e cardiologia

Local: Associação Paulista dos Médicos (APM)

27 – Conferência Regional dos Direitos Humanos

Local: Universidade Estadual Paulista (Unesp)

JUNHO/ 2008

18 a 20 – 1º Encontro Regional de Matemática Aplicada e Computacional (Ermac)

Local: Faculdade de Ciências da Universidade Estadual Paulista (Unesp)

19 – Palestra “Saúde x Tabagismo”

Local: Faculdade de odontologia de Bauru (FOB) da Usp

24 – 1 Circuito Arco dos Criadores

Local: Recinto Mello Moraes

MAIO/ 2008

06 – Palestra “O papel do Parque Zoológico Municipal”

Local: sede do Sindicato do Comércio Varejista de Bauru (SinComércio)

08 – Palestra “Economia e negócios – como transformar ameaças em oportunidades”

Local: sede regional do Centro das Industrias do Estado de São Paulo (Ciesp)

08 e 09 – 2º Seminário Científico “Políticas Públicas em Saúde Auditiva”

Local: Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB)

13 a 15 – 17ª Semana de Serviço Social do Centrinho

Local: Centrinho/ Universidade de São Paulo (USP)

14 e 15 – 11ª Jornada Científica de Serviço Social

Local: Instituição Toledo de Ensino (ITE)

14 a 17 – 5 Congresso Iteano de Iniciação Científica

Local: Instituição Toledo de Ensino

15 a 17 – Bauru Atlanta Competition

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

17 e 18 – Copa Centro Oeste Paulista de Automodelismo (terceira etapa)

Local: Chalé Hotel

24 e 25 – 1º Tornei Aberto Sênior

Local: Bauru Golfe Clube (BGC)

26 a 30 – Simpósio Internacional de Linguagens Educativas

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

27 a 30 – 2º Seminário de Comunicação Esportiva: Brasil Olímpico

Local: Universidade Estadual Paulista (Unesp)

ABRIL/ 2008

04 – Palestra “O recurso extraordinário e suas repercussões”

Local: Instituição Toledo de Ensino

10 – Lançamento do 24º Congresso de Gestão e Feira Internacional de Negócios em Supermercados

Local: Sagae Eventos

10 e 11 – Simpósio de Microbiologia e Imunologia

Local: Universidade Estadual Paulista (Unesp)

14 a 18 – Consetur 2008 – Semana de Comunicação Social, Secretariado, Turismo e Gastronomia

Local: Universidade do Sagrado Coração (USC)

16 a 21 – 18º Congresso Brasileiro da Raça Quarto de Milha

Local: Recinto Mello Moraes

23 a 25 – Semana do Contabilista

Local: Instituição Toledo de Ensino

23 a 25 – 1ª Conferência Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário

Local: Obeid Plaza Hotel

25 a 27 – Encontro Geral da Aviação (Egav)

Local: Aeroclube

26 – 1º Encontro Estadual da Construção Civil em Família

Local: Sesi

29 – Encontro Temático meio Ambiente

Local: sede do Ciesp

MARÇO/ 2008

12 e 14 – Jornada de Direito Civil

Local: Instituição Toledo de Ensino

14 a 16 – 12º Campeonato do Núcleo Bauruense do Cavalo Quarto de Milha (NBQM)

Local: Recinto Mello Moraes

22 – Palestra “Diversidade é Vida: Convivendo e Aprendendo com a Diversidade Étnica e Racial”

Local: Museu Ferroviário Regional

25 a 28 – VIII Mostra de Experiências Exitosas dos Municípios

Local: Universidade do Sagrado Coração

25 a 28 – XXII Congresso de Secretários Municipais de Saúde do Estado de São Paulo

Local: Universidade do Sagrado Coração

25 a 28 – VIII Pré-Congresso

Local: Universidade do Sagrado Coração

FEVEREIRO/ 2008

16 – Umbanda Fest

Local: Teatro Municipal de Bauru

23 – 1º Feirão de Imóveis da Rede Secovi

Local: Rede Secovi

28 – Seminário Internacional de Polícia Comunitária e Direitos Humanos

Local: Garden Convention Center

29 – 3ª Conferência Nacional do Meio Ambiente

Local: Teatro Municipal de Bauru

JANEIRO/ 2008

14 e 15 – Salão Itinerante de Caça

Local: Obeid Plaza Hotel

19 e 20 – Encontro Regional de Esperanto

Local: Garden Trade Center

5.3 OPNIÕES DOS GESTORES MUNICIPAIS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Foram realizadas entrevistas com os principais gestores municipais das políticas públicas de turismo do município de Bauru para saber a opinião dos mesmos sobre eventos em Bauru abordando os temas de: O mercado de eventos em Bauru, Realização de eventos em Bauru e Infra-estrutura turística de Bauru. Os entrevistados foram o secretário do desenvolvimento econômico, a diretora do departamento de turismo, a presidente do Bauru e região Convention & Visitors Bureau, a gerente regional do Ciesp Bauru e o vice-presidente do Comtur.

5.3.1 O Mercado dos Eventos em Bauru

Nas questões sobre o mercado dos eventos em Bauru o objetivo é saber como os gestores vêem a questão dos eventos em Bauru, as perspectivas desta atividade para os próximos anos, se há projetos neste segmento e o que pode ser feito para o melhor desenvolvimento do setor.

Na opinião dos entrevistados é um mercado muito promissor, até mesmo pela própria vocação do município para o turismo de negócios, mas é um mercado pouco explorado, e que na verdade não foi feito nenhum trabalho que direcionasse o mercado neste sentido, aconteceu de forma natural, até pela localização privilegiada no centro do estado que pode ser ainda muito trabalhada assim como pela logística considerando o fato de Bauru possuir aeroporto, hidrovía, uma estação aduaneira e as ferrovias. Os entrevistados acreditam que somente agora esse mercado tem tomado a atenção das lideranças e da população e ainda há muito que fazer na questão de infra-estrutura (Quadro 1).

SITUAÇÃO ATUAL DO MERCADO DE EVENTOS DE NEGÓCIOS EM BAURU	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Eu visualizo que tem um potencial grande de crescer os eventos de turismo de negócios em Bauru, hoje a gente visualiza qualquer análise de turismólogos e vê que Bauru tem como foco o turismo de negócios, o turismo durante a semana, e a gente percebe que tem um potencial enorme para crescer e ainda poucas ações são feitas com relação aos eventos, tem ações, mas são focadas, específicas, não é nada assim que abrange toda cidade, um evento maior”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Olha a gente está fazendo um levantamento do trabalho em cem dias de gestão, o Rodrigo até montou um relatório mês passado, a gente está fazendo um levantamento, estudando ainda o que vem sendo feito tradicionalmente para daí a gente tentar reformular e com isso estar criando um calendário oficial de eventos com vários segmentos, parte cultural, parte de negócios, para daí movimentar um pouco mais, acho que a gente tem tempo para isso para melhorar o nível do calendário que a gente tem hoje”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Bom já está consolidado que o fato primordial do turismo em Bauru é turismo de negócios e eventos, isso ainda ter que ser muito trabalhado e vem crescendo dia a dia, a gente tem que trabalhar também a questão da infra-estrutura da cidade, então você tem que ter a logística, como a pessoa chega até a cidade, depois como ela se locomove dentro da cidade, você tem que trabalhar a questão das informações, existe um projeto de sinalização turística também, os estabelecimentos que vão estar recebendo como os hotéis têm que estar investindo, tem que estar atualizando também, se adequando a nova realidade, tem que estar qualificando sua mão de obra, o mercado é muito dinâmico [...] eu vejo que Bauru tem um futuro muito promissor, a gente tem muita coisa engatinhando, parece que agora a população, a comunidade como um todo e também o poder público estão atinando para a questão da localização geográfica e também para a importância dela no estado e no Brasil, estão investindo um pouco mais nisso, tanto que já estamos atraindo outros investimentos, temos mais dois hotéis em construção na cidade, isso justamente vem ao encontro do que a gente está falando que Bauru é uma cidade em ascensão, tem uma potencialidade muito grande e deve ser explorada e justamente por isso a gente não pode deixar de falar da questão de qualificação de mão de obra e da infra-estrutura privada e pública”.</i>

Continua

CIESP	<i>“Eu acredito que Bauru é uma cidade extremamente importante principalmente pela logística que ela apresenta em relação ao aeroporto, a questão da hidrovia, as ferrovias e tem também a estação aduaneira que é outro órgão importante que possibilita o desembarço de mercadorias de negócios, e embora a ferrovia ainda esteja desativada para o transporte, é algo que pode se retornar, então eu acho que esse fato logístico vai funcionar muito, a nossa região, não só Bauru, raríssimas cidades do Brasil tem esse entroncamento que Bauru tem, tudo que possibilita o deslocamento e também o transporte de cargas, então isso vai atrair as multinacionais [...]”.</i>
COMTUR	<i>“Na verdade esse diagnóstico para identificar que Bauru tem como mercado de turismo, o de negócios, foi feita há anos, no primeiro ano do Comtur fizeram esse diagnóstico e chegaram nessa conclusão, que Bauru deveria trabalhar o turismo de negócios, pela sua própria vocação, localização estratégica, [...] mas infelizmente não existe um trabalho voltado para explorar ou fomentar o turismo de negócios e eventos em Bauru, o que acontece é, a perspectiva que o próprio Comtur tem é que essa evolução com critérios comece a se dar agora, que existe um interesse muito maior, até da administração pública municipal e estadual, com alguns projetos para estar se desenvolvendo nesse sentido, como o Caminho do Centro-Oeste, para tentar profissionalizar o município no sentido de atrair os eventos e atrair os turistas de negócios”.</i>

Quadro 1 – Situação atual do mercado de eventos de negócios em Bauru

De acordo com os entrevistados está sendo realizado um trabalho para o aumento do distrito industrial trazendo mais empresas para o município, e assim haverá um aumento do turismo de negócios pelos fornecedores e compradores. A maioria acredita que podem ser trazidos eventos que acontecem fora do município para Bauru, mas será necessário um centro de convenções que comporte eventos de todos os portes e também a ação do Marketing para maior divulgação da cidade primeiramente para os próprios bauruenses e depois pelo Brasil afora (Quadro 2).

AÇÕES QUE PODEM SER REALIZADAS PARA IMPULSIONAR OS NEGÓCIOS E O QUE PODE SER FEITO PARA MELHORAR O DESENVOLVIMENTO DO SETOR QUANTO A CAPTAÇÃO DE EVENTOS	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Nós do Desenvolvimento Econômico estamos fazendo agora todo um trabalho desde a criação das incubadoras novamente em Bauru depois as empresas crescendo e desenvolvendo mini-distritos e depois os distritos com novas leis de distritos e novas áreas para distritos para que o ciclo das empresas cresça dentro da cidade e desenvolva, isso desenvolvendo havendo mais indústrias e mais comércio, normalmente você recebe mais visitas de fornecedores, compradores, aí começa a girar o turismo de negócios e com isso vai movimentar de uma tal maneira a cidade que ela vai precisar de eventos focados para o turismo de negócios, e o que faltaria em Bauru seria um centro de convenções, que a gente traria feiras hoje locadas em São Paulo, capital, para o interior, e Bauru seria uma opção”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“O secretário vem trabalhando a questão dos distritos, ele está aumentando, então eu acho que isso vai trazer novas indústrias, novos prestadores de serviços para o município, e com isso a gente vai sentir a necessidade de novos eventos, e aí estar buscando a captação desses eventos por meio de patrocínios ou até mesmo eventos que acontecem hoje fora de Bauru, mas que teria possibilidade de serem feitos por aqui, então a gente está com essa idéia de buscar os eventos para Bauru, por exemplo, vamos colocar Jaú, aqui do lado, tem a feira do calçado que é feita em São Paulo, por que não trazer para Bauru, que é aqui do lado, e tem essa agilidade e facilidade”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“A primeira coisa que a gente precisa fazer é um trabalho de base, que é o seguinte o bauruense precisa conhecer a sua cidade, porque que eu falo isso, porque hoje você conversa com um bauruense e pergunta o que tem na cidade e ele fala nada, isso já é uma desmotivação muito grande para aquela pessoa que veio de fora e está pretendendo investir na cidade [...], uma vez feito isso, acho que assim tem que procurar fortalecer uma entidade que trabalha a questão de divulgação da cidade, Brasil afora e estado afora, até no exterior, através das grandes feiras de negócios, para a gente poder estar divulgando nossa cidade, demonstrando que nós somos sim um centro capacitado para estar recebendo eventos de negócios”.</i>

Continua

CIESP	<i>“Bom para o desenvolvimento eu acredito que o que falta para a cidade e para a Região é o Marketing, a cidade precisa ser mais conhecida, divulgada, a imprensa precisa ter um foco mais em divulgar a cidade assim como acontece em Franca, a capital do calçado masculino, Bauru precisa ter uma identidade, por exemplo, capital nacional do vôo a vela, é tido como uma referência, mesmo que não seja só aquele ponto é conhecida nacionalmente e internacionalmente, agora para atrair os negócios no setor de turismo e na área de eventos, é um trabalho de médio a longo prazo, que inclusive um dos nossos projetos, o Circuito Turístico Caminhos do Centro-Oeste Paulista, que ele prevê o seguinte, em uma das fases as agências serão treinadas e habilitadas para fazer a divulgação dos folders, a venda, participando das feiras [...]”.</i>
COMTUR	<i>“Bauru carece de infra-estrutura, o grande problema aqui é a infra-estrutura, você pode verificar que quando precisa fazer um evento grandioso não existe infra-estrutura pública, a administração não tem condições de disponibilizar um espaço, os espaços que possuem são precários e da iniciativa privada, no meu ponto vista falta muita infra-estrutura, a partir daí falta qualificação de pessoal, que não existe, existe um grande trabalho nesse sentido de tentar fazer que a qualificação se de, mas é muito precário [...]”.</i>

Quadro 2 – Ações que podem ser realizadas para impulsionar os negócios e o que pode ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto a captação de eventos

Sobre a ligação entre eventos e turismo os entrevistados acreditam que os dois estão intimamente ligados, e que o evento atrai mais o turismo do que o inverso, pois quando o turista de negócios vem para o evento ele utiliza toda a infra-estrutura de turismo da cidade, como hotéis, restaurantes, bares e em seu tempo livre pode se tornar um turista de lazer visitando os atrativos e pontos turísticos (Quadro 3).

LIGAÇÃO ENTRE EVENTOS E TURISMO	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Eu visualizo assim, o turismo como uma possibilidade de desenvolvimento econômico muito grande para a cidade, focando nesta questão, a gente atraindo negócios para a cidade como feiras, conseqüentemente você tem um desencadeamento de pessoas visitando a cidade que vão gerar e consumir muito mais em restaurantes, bares, ocupação de hotéis, isso gera uma riqueza para a cidade, atraindo pessoas de fora e não nós exportando, aí que eu vejo a grande ligação do turismo com o desenvolvimento da cidade, você vai ser uma cidade referência para receber turistas que no começo vão ser de negócios, depois a gente pode trabalhar durante o final de semana ou durante a própria semana para ser um turista também de lazer”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Eu acho que hoje ainda não é nada oficial essa visão que todo mundo tem que Bauru é turismo de negócios e eventos, então por isso a gente vai fazer um inventário e aí sim definir realmente o potencial de Bauru, se é negócios a gente vai focar nisso e trazer eventos [...]”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Bom a partir do momento que você realiza um evento você está fazendo turismo, porque é exatamente isso que eu acabei de te falar, você está movimentando toda uma infra-estrutura, muitas vezes da cidade toda, você não se limita a um determinado hotel, Bauru hoje não possui um centro de convenções, as salas de reuniões, os centros de eventos que existem estão acoplados a alguns hotéis, e aí o que acaba acontecendo é que a partir do momento que você realiza os eventos, você sedia o evento, que também pode ser realizado nas universidades, depende de quem está organizando, você está movimentando todo o turismo [...]”.</i>
CIESP	<i>“Eu acho que um está intimamente interligado com o outro, você imagina hoje a rede hoteleira, ela recebe tanto o turista que vem passear quanto também os que vem fazer negócios, então você vai organizar, por exemplo, um fórum, vamos imaginar que Bauru é centro da área de saúde, tem o Centrinho, tem a Funcraf, tem o Tânia Marque, a quantidade de cientistas que vem realizar encontros técnicos e profissionais praticamente são todos os dias que isso acontece, então ao mesmo tempo que isso é um evento que acontece, são pessoas que podem ficar na cidade, então eu acredito que o evento atraia mais o turismo, eu acho que a seqüência é essa, do que o turismo atraia o evento, então eu acho que esta intimamente ligado um com o outro”.</i>

Continua

COMTUR	<i>“Na verdade o evento atrai o turista, na verdade o que acontece quando se verificou que a vocação era turismo de negócios, conclui-se que o nosso turismo é receptivo, então a partir do momento que eu trago o estrangeiro para cá, as pessoas de outros municípios, outros estados e até outros países, para participar dos eventos locais, congressos, até mesmo por conta das universidades, das empresas que atuam aqui, você traz o indivíduo para cá e a partir do momento que ele participou daquele evento que era o fim dele, ele precisa ter outras atividades e aí que está a grande deficiência, não tem essas atividades ordenadas, a gente não conseguiu ainda estabelecer roteiros para esses turistas, então eles vêm ao município e acabou o evento o que eles vão fazer, eles não sabem quais são os estabelecimentos que oferecem tais serviços, se tem teatro, onde está esse teatro, o que esse teatro oferece, ele não sabe nem se tem teatro, ele não sabe se tem cinema, onde é o cinema, que filme que o cinema está ofertando, se tem restaurante, que restaurante que tem, o que esse restaurante oferece, ele não tem o pós-evento, não tem após a vinda dele o que fazer e esse é um mercado que a gente está perdendo por falta de organização, por falta de informação [...]”.</i>
--------	---

Quadro 3 – Ligação entre Eventos e Turismo

5.3.2 Realização de Eventos em Bauru

Nas questões a seguir sobre a realização dos eventos em Bauru, os entrevistados deram suas opiniões sobre quais tipos de eventos mais acontecem no município como exposições, congressos, feiras e citaram os últimos eventos que se lembram que aconteceram na cidade nos setores da indústria, comércio e serviços.

Os entrevistados citaram os eventos agropecuários como a Grand Expo e o Quarto de Milha, os congressos, simpósios e feiras específicas por causa das universidades, e alguns citaram também eventos dentro das próprias empresas (Quadro 4).

EVENTOS QUE MAIS OCORREM EM BAURU	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“De negócios a gente vê a Grand Expo, pela questão da agropecuária e dos leilões que movimentam forte, depois feiras específicas de alguns segmentos, outro evento forte que a gente sempre vê é o evento do quarto de milha, é competição, mas tem negócios também. Tem também muitas visitas de fornecedores nacionais e internacionais dentro das empresas, vê o mercado, visita as empresas de Bauru e região”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“A Grand Expo, o Quarto de Milha da BQM, tem agora o espaço empreendedor que é feito junto ao Ciesp, mas que ainda não tem uma tradição como os outros, nesse momento eu acredito que sejam mais esses”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Olha a gente tem muita coisa acontecendo na cidade, mas eu falo que os eventos científicos como um todo são muito constantes, não só congressos, seminários, simpósios, encontros e outras terminologias cada um se encaixa de uma forma é o que a gente mais tem visto, mas os eventos de negócios a gente tem que levar em consideração também os eventos que as empresas realizam na nossa cidade, então é o lançamento de um veículo novo que foi lançado no mercado e será apresentado aos funcionários de Bauru e região, vai ser feito um treinamento com os funcionários das próprias concessionárias a respeito daquele novo veículo, estratégias de vendas, apresentação de novos produtos [...]”.</i>
CIESP	<i>“Eu acho que são simpósios e congressos em função dessa questão da área da saúde, das universidades, eu acho que esse é o ponto principal que mais ocorre, depois nós temos em segundo lugar ficaria os eventos agropecuários e em terceiro eu vejo as regionais de grandes centro como telefônica, como correios, algumas multinacionais, então tem aqueles encontros de formação de representantes de vendas, representantes comerciais [...]”.</i>
COMTUR	<i>“Mais congressos, exposições são raras, as que acontecem são periódicas e anuais, agora o que acontece com maior frequência até mesmo pela vocação universitária são os congressos”.</i>

Quadro 4 – Eventos que mais ocorrem em Bauru

Na questão dos últimos eventos que ocorreram nos últimos anos em Bauru, os entrevistados tiveram uma certa dificuldade de citar nomes dos eventos, alguns citaram a Feimob, que é a feira imobiliária, na parte da indústria e do comércio foi citado a sensibilização referente aos feriados e datas comemorativas como Natal e Páscoa e ainda no

comércio algumas feiras como a Mariá (feira de malhas), e também foi comentado sobre as exposições de gado e os leilões (Quadro 5).

<p align="center">ALGUNS EVENTOS QUE OCORRERAM NA CIDADE NOS SETORES DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS</p>	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Na indústria a gente fica sabendo de algumas feiras, alguns eventos específicos de tecnologias, mas pequenos, no comércio algumas feiras, como a Mariá (Setor de malhas) e serviços poucos também”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Algumas feiras na parte da indústria, na parte do comércio só a questão da sensibilização envolvendo os feriados, então aí Natal, Páscoa, mas eu não vejo, pelo menos não me recorde de nada mais pontual e serviços a gente vê em contato com alguns hotéis algumas empresas hoje elas preferem trazer o curso ao município [...]”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Olha especificamente, veja bem, teria que ter o calendário. A Ambev, por exemplo, lançou um produto e semana retrasada estava aqui no hotel, ficou três dias aqui no hotel, e assim tinha gente do estado inteiro, não só gente de Bauru [...]”.</i>
CIESP	<i>“Nós tivemos a Feicop, que foi uma feira de negócios que aconteceu no Sagae, nós tivemos a feira imobiliária que acontece há dois anos no BTC, essa feira movimentou Bauru de uma forma, tanto na questão do marketing, o que Bauru recebeu de investimentos na área imobiliária nos últimos dois anos é algo fantástico, os leilões também, que embora tem aquele evento festivo para a população, por trás o que se gira de recursos com a venda do gado é algo assim impressionante, eu vejo esses três nos últimos anos como mais importantes”.</i>
COMTUR	<i>“No setor de serviços tem a feira imobiliária que sempre tem é anual, com relação ao gado tem as feiras e exposições de gado que acontece organizado pela Arco e Associação do Cavalo Paint, da indústria não consigo me lembrar, são eventos mais fechados, talvez organizados e desenvolvido pelo Ciesp, mas não consigo te dizer nenhum específico”.</i>

Quadro 5 – Alguns eventos que ocorreram na cidade nos setores da Indústria, Comércio e Serviços

5.3.3 Infra-estrutura Turística de Bauru

Neste bloco sobre a infra-estrutura de Bauru, os entrevistados foram questionados referente a infra-estrutura que Bauru possui para eventos, quais as sugestões de melhorias de infra-estrutura para serem implantadas e como os turistas dos eventos podem obter informações para aproveitarem toda a infra-estrutura de lazer do município.

De acordo com os entrevistados os eventos maiores acontecem principalmente no Recinto Mello Moraes, e os menores são realizados nos hotéis ou nos clubes, mas acreditam que Bauru carece de um centro de convenções, que seria um lugar específico para a realização de eventos de todos os portes, e com isso pode atrair outros eventos principalmente como grandes feiras para a cidade (Quadro 6).

Como já tinham comentado em outras questões Bauru precisa de um centro de convenções, para ter a capacidade de realizar eventos de todos os portes, após isso será necessário também mais hotéis em função desta maior demanda. Ainda foi comentado sobre melhorias da situação das vias públicas como iluminação e segurança pública, e o estudo das línguas, assim como cardápios em inglês e espanhol nos restaurantes, e sinalizações dentro dos próprios estabelecimentos nessas duas línguas (Quadro 7).

De acordo com os gestores o turista que vem a cidade pode obter informações através do Posto de Informações Turísticas (PIT), instalado no Poupa Tempo e há projetos para instalação em outros pontos, os totens de localização dos pontos turísticos, instalado na rodoviária, no shopping e na Batista de Carvalho, e acreditam que devem ser colocado nos hotéis e restaurantes folhetarias sobre os pontos turísticos da cidade, assim como nas agências de turismo (Quadro 8).

INFRA-ESTRUTURA DO MUNICÍPIO PARA REALIZAÇÃO DOS EVENTOS DE PEQUENO, MÉDIO E GRANDE PORTE	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Hoje a gente tem o Recinto, que seria para eventos grandes, e depois dentro de hotéis, ou no Garden, ou no Obeid, os eventos têm acontecido nesses lugares, ou alguns dentro de associações e poucos dentro de clubes”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Seria o Recinto Mello de Moraes, alguns eventos são realizados no Parque Vitória Régia, alguns em Buffets, salões de médio porte e clubes que recebem muitas feiras, mas ainda a gente não tem um local fixo para que isso seja feito, que seria a construção do centro de convenções”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Bauru hoje possui capacidade de sediar eventos de todos os portes, a gente tem profissionais qualificados no setor de eventos, temos grandes e bons fornecedores de equipamentos tanto de som e de iluminação, prestadores de serviços de Buffet, a gente tem uma boa estrutura, eu acho que assim Bauru precisa investir mais em qualificação de mão de obra e isso eu falo de uma maneira geral [...]. Eu acho que Bauru tem uma deficiência ainda, existe um projeto, mas ele ainda não está pronto, que é a questão da sinalização, que tem que melhorar e acho que o poder público precisa olhar um pouquinho melhor para o lado de transporte público”.</i>
CIESP	<i>“A rede hoteleira é uma delas, embora ainda haja espaço para mais investimento, o que eu acredito que carece para a cidade é o centro de convenções, esse é o ponto principal onde nós poderíamos estar trazendo partes de grandes feiras que acontecem em São Paulo e no estado aqui para a região, os locais que temos são mais para festas, confraternizações [...]”.</i>
COMTUR	<i>“Nós não temos infra-estrutura pública, tudo que tem é privado, por exemplo, as exposições e grandes shows necessitam ser realizadas no Recinto que pertencem a uma associação, eventos e feiras não tão grande tem utilizado o espaço da Luso ou do BTC, como no caso da Feimob, então são sempre em espaços particulares e não são espaços criados especificamente para essa finalidade, são espaços adaptados, você tem aquele espaço que é de um clube e que aí você vai lá e utiliza para isso, não tem um centro de exposições, não tem um centro de convenções [...]”.</i>

Quadro 6 – Infra-estrutura do município para realização dos Eventos de Pequeno, Médio e Grande Porte

SUGESTÕES DE MELHORIAS DE INFRA-ESTRUTURAS PARA SEREM IMPLANTADAS EM FUNÇÃO DOS EVENTOS DE NEGÓCIOS	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“Além do Centro de convenções Bauru precisa de mais hotéis, o número de hotéis é baixo para trazer uma feira ou um evento grande, pois tem que acomodar expositores e mais visitantes”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Acho que essa questão da sensibilidade para qualquer tipo de eventos, não só de negócios, [...] e acho que seria o centro de eventos mesmo que fecharia aí, porque a cidade está bem sinalizada, está com a sinalização turística e os totens, acho que nessa parte seria só o centro mesmo para poder atender os eventos maiores, porque os pontuais e menores a gente consegue atender”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Bom primeiramente a gente tem que verificar se, independente do local que está sendo realizado o evento, que normalmente ele já está estruturado, o acesso a esse local como está, está bem iluminado, tem segurança pública [...]”.</i>
CIESP	<i>“Além do que já comentamos, eu acredito que assim precisaria ter um incentivo maior do estudo de línguas, tanto na sinalização do município, que isso vai acabar acontecendo dentro daquele projeto que eu falei do caminho do centro-oeste paulista, mas não é só isso, as empresas, aeroporto, rodoviária, os restaurantes, eles já teriam que começar a se preparem para ter cardápio em inglês e espanhol, indicação de acesso ao banheiro, pelo menos os pontos principais já tem que começar a pensar nisso [...]”.</i>
COMTUR	<i>“É difícil você mensurar, por exemplo, em São Paulo você tem o Anhembi, que é um mega espaço, um mega espaço daquele seria útil em Bauru, sim, para um ou outro evento, mas seria útil para todo e qualquer evento, não, para eventos menores ele não seria adequado, precisa fazer uma análise qual o público dos eventos e quais são os eventos que são realizados para poder dizer que precisa disso ou daquilo [...]”.</i>

Quadro 7 – Sugestões de melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em função dos Eventos de Negócios

FONTES DE INFORMAÇÕES PARA O TURISTA DE NEGÓCIOS SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DE TURISMO DO MUNICÍPIO	
ENTIDADE	OPINIÃO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<i>“O grande projeto nosso é criar os postos de informações turísticas (PIT). O PIT já instalado no Poupa Tempo é um modelo, lá não é o local ideal para ele, é uma idéia do que deve ser feito, já temos projetos para colocar em quatro pontos um na rodoviária, um no zoológico, um no aeroporto e mais um embaixo da Avenida Duque de Caxias com a Avenida Nações Unidas, que seria o principal ponto. Nos hotéis também poderia ter displays com vários folders com cada ponto turístico da cidade e nas agências de turismo ter um turismo receptivo também”.</i>
DEPARTAMENTO DE TURISMO	<i>“Hoje a gente tem o telefone aqui da Secretaria disponível, o e-mail, tem uma sede do PIT, mas é dentro do Poupa Tempo, então nos finais de semana é mais dificultoso porque lá o funcionamento é até uma da tarde, mas a gente já está com alguns projetos para estar mudando isso para que funcione de final de semana, então nesse primeiro momento a gente fica devendo informações no final de semana, mas a gente está tentando estruturar e mudar isso”.</i>
CONVENTION & VISITORS BUREAU	<i>“Hoje a gente possui um posto de informações turísticas que fica no Poupa Tempo, mas assim, é interessante ele estar lá porque ali é um local onde passam milhares de pessoas diariamente, de pessoas de Bauru e de fora de Bauru, no entanto dentro do próprio Poupa tempo falta você divulgar mais que ali existe um ponto de informações turísticas, então ultrapassado essa fase, creio eu, que a gente deveria ter um posto de informações turístico dentro da rodoviária, que é um local onde entram muitas pessoas, outro lugar, viabilizando o aeroporto de Bauru, deve ser introduzido outro posto de informações ali, existe projeto de um ponto de informações em plena avenida Nações Unidas, este projeto ainda não está arquivado, e é a principal avenida de entrada da cidade, todo mundo passa por aqui, é um cartão postal e isso significaria bastante, e temos aí outras ferramentas de divulgação, o Website, o Website do Convention Bureau está no ar para poder estar divulgando mais a cidade, as atividades, as atrações, o que está acontecendo na cidade, peças teatrais que vão entrar em cartaz ou estão em cartaz, os shows que vão ter, então a partir daí você estar divulgando seu evento e assim sucessivamente, os hotéis geralmente tem um totem com todas as informações da cidade, isso é uma ferramenta muito interessante para você ter no centro da cidade, no shopping, onde tem bastante movimentação de pessoas, precisa ter alguma coisa nesse sentido, um no alameda também, no zoológico, na parte que realmente você um fluxo grande de pessoas [...]”.</i>

Continua

<p>CIESP</p>	<p><i>“Eu acho que os hotéis são extremamente importantes para que tivesse uma folhetaria disponível nos quartos, os restaurantes também, para que um se integre com o outro, teria que ter essa divulgação de uma forma quase que espontânea, aceitar receber folhetaria para poder divulgar, a prefeitura já preparou algum material, que fica no Poupa Tempo, o PIT, na rodoviária também vai ter outro PIT, mas precisa ampliar os pontos onde tem essa folhetaria, e eu acredito como consequência disso as agencias também vão poder ajudar bastante [...]”.</i></p>
<p>COMTUR</p>	<p><i>“Até pouco tempo não existia nada, hoje a gente tem para coleta de informações para terceiros o PIT, que fica onde, no Poupa Tempo, quer dizer, existe um ponto para obtenção de informações, mas o PIT está num local de difícil acesso, como que o visitante vai imaginar que dentro do Poupa Tempo existe um posto de informações turísticas, então eu já tenho um ambiente hábil para dar informação, mas deslocado, não no local apropriado, aí foi feito recentemente a instalação dos totens, aqueles totens de localização de pontos no município, que está instalado na rodoviária, está instalado na batista de Carvalho e está instalado no Shopping, mas ele diz onde está o local, ele não está dizendo o que tem [...]”.</i></p>

Quadro 8 – Fontes de Informações para o Turista de Negócios sobre a Infra-estrutura de turismo do município

5.4 DIRETRIZES PARA OTIMIZAÇÃO DO MERCADO DE EVENTOS DE NEGÓCIOS EM BAURU

De acordo com as pesquisas realizadas tanto bibliográfica como as entrevistas, foi possível perceber que a vocação turística do município de Bauru realmente é o turismo de negócios e eventos devido sua localização estratégica no centro do estado de São Paulo, assim como a presença de muitas empresas importantes em Bauru e região. Apesar dessa vocação, pouco foi feito ainda para o direcionamento do turismo nesse sentido, e nada foi feito para o aproveitamento desse público para a utilização dos atrativos turísticos de Bauru e região, somente recentemente tem se destacado a importância do turismo para o município como geração de renda, empregos, mais impostos para cidade, e a atração de mais empresas também.

Há muitos projetos na prefeitura que devem e precisam ser desenvolvidos para o desenvolvimento do município em relação ao turismo como a criação de um espaço destinado a eventos como um centro de convenções e/ ou exposições, a sinalização turística, a instalação dos PIT (Posto de Informações Turísticas), assim como a conscientização dos principais

meios turísticos como hotéis, restaurantes, bares para divulgarem a cidade para os turistas, indicando atrativos e informando sobre o que há para fazer na cidade, o que poderia ser feito através de folhetaria fornecido pela prefeitura. Um outro passo importante seria a presença na cidade de uma agência especializada em turismo receptivo, que possua uma van com serviços de traslados e passeios por Bauru e região, como visita ao zoológico, tour de compras no comércio de Bauru e nos shoppings de calçados de Jaú, passeio ao teatro quando houver peças, passeio ao Alameda para alimentação e cinema, assim como outros.

O que se pode perceber é que os gestores municipais já se atentaram a esses fatos, e a prefeitura possui projetos nesse sentido, porém é necessário que os órgãos ligados ao turismo se unam para fazer acontecer o desenvolvimento do município a fim de que possa ter maior captação dos eventos, e com os turistas de negócios na cidade oferecer toda a estrutura também de lazer que pode ser aproveitada em seu tempo ocioso na cidade.

O turismo hoje em dia é uma das principais economias mundial, e Bauru tem grande potencial para ingressar de forma positiva nesse setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho foi muito importante para demonstrar a situação atual do mercado dos eventos de negócios em Bauru, e qual o sentido e as ações que estão sendo tomadas para melhorar o desenvolvimento do setor.

Por meio da pesquisa bibliográfica verificou-se sobre o histórico do assunto e os atrativos que Bauru oferece, a pesquisa exploratória com as entrevistas possibilitou conhecer a situação do mercado, suas perspectivas, as opiniões e sugestões dos gestores para o melhor desenvolvimento deste setor, e ainda pela pesquisa documental observou-se os eventos reais que aconteceram em Bauru no último ano.

Desta forma foi possível demonstrar a importância da captação dos eventos para melhorar o desenvolvimento turístico do município, pois os eventos atraem uma demanda de turistas significativa no município independente do motivo da viagem seja a negócios ou a lazer, e é necessário dispor de infra-estrutura adequada para receber esse turista, como a própria vocação do município é turismo de negócios tem que se direcionar as melhorias para este lado como a construção de um centro de eventos, divulgação do município, divulgação dos atrativos e pontos turísticos nos meios de hospedagem e alimentação, ter pontos na cidade destinados para informações turísticas, conscientização da população sobre o turismo, etc.

Com um município bem estruturado, este turista de negócios pode se tornar um turista de lazer após seu evento, aproveitando seu tempo ócio no município em teatro, cinema, e atrativos em geral, movimentando assim todo o turismo da cidade.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

- AMADO, Janaina. *Navegar é Preciso: Grandes Descobrimientos Marítimos Europeus*. 7. ed. São Paulo: Atual, 1989.
- ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de Eventos*. Canela: EDUCS, 2002.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Turismo: Segmentação de Mercado*. São Paulo: Futura, 2000.
- BAHL, Miguel. *Eventos: A importância para o Turismo do Terceiro Milênio*. São Paulo: Roca, 2003.
- BALDERRAMAS, Helerson de Almeida. *Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo I*. Bauru: USC, 2008.
- BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC, 1997.
- BRITTO, Janaina. *Estratégias para Eventos: Uma Ótima do Marketing e do Turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- COOPER, Chris. *Turismo Princípios e Prática*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- GARCIA, Roslaine. *Qualidade nos Serviços Turísticos*. Porto Alegre: SEBRAE/ RS, 2000.
- JENKINS, Carson L. *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LAGE, Beatriz; MILONE, Paulo. *Economia do Turismo*. Campinas: Papyrus, 1991.
- LAGE, Beatriz; MILONE, Paulo. *Turismo: Teoria e Prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- MARTIN, Vanessa. *Manual Prático de Eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.
- MELO NETO, Francisco Paulo. *Marketing de Eventos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.
- MOLETTA, Vania. *Turismo de Eventos*. Porto Alegre: SEBRAE/ RS, 2000.
- NADAI, Elza. *História Geral: Moderna e Contemporânea*. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 1993.
- OLIVEIRA, Antonio Pereira. *Turismo e Desenvolvimento*. São Paulo: Atlas, 2000.
- SWARBROOKE, John. *Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2000.
- IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidades>. Acesso em: 09/05/2009.
- Migalhas. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br>. Acesso em: 28/05/2009.
- Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 15/03/2009.

Prefeitura Municipal de Bauru. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br>. Acesso em: 28/05/2009.

Portal de Bauru. Disponível em: <http://www.portaldebauru.com.br>. Acesso em: 28/05/2009.

Seade. Disponível em: <http://www.seade.gov.br/produtos/perfil>. Acesso em: 09/03/2009.

Sesc. Disponível em: <http://www.sescsp.org.br>. Acesso em: 28/05/2009.

APÊNDICES

APÊNDICES

Apêndices A – Roteiro de Entrevista	71
Apêndices B – Termo de Consentimento Entrevista 1 (Secretaria do Desenvolvimento Econômico).....	73
Apêndices C – Entrevista 1 (Secretaria do Desenvolvimento Econômico)	74
Apêndices D – Termo de Consentimento Entrevista 2 (Departamento de Turismo).....	77
Apêndices E – Entrevista 2 (Departamento de Turismo)	78
Apêndices F – Termo de Consentimento Entrevista 3 (Bauru e Região Convention & Visitors Bureau)	80
Apêndices G – Entrevista 3 (Bauru e Região Convention & Visitors Bureau).....	81
Apêndices H – Termo de Consentimento Entrevista 4 (Ciesp).....	86
Apêndices I – Entrevista 4 (Ciesp Bauru)	87
Apêndices J – Termo de Consentimento Entrevista 5 (Comtur).....	91
Apêndices K – Entrevista 5 (Comtur)	92

Apêndices A – Roteiro de Entrevista

Prezado(a) senhor(a)

*Meu nome é **Gislaine Longo**, estou concluindo o curso de Turismo na Universidade do Sagrado Coração, e o meu trabalho de conclusão de curso é uma monografia sobre o tema “**Turismo de Negócios e Eventos em Bauru**”, para tanto necessito de sua colaboração no sentido de participar desta pesquisa de finalidades acadêmicas.*

Obrigada!

ROTEIRO DE ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto a captação de Eventos?

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

Apêndices B – Termo de Consentimento Entrevista 1 (Secretaria do Desenvolvimento Econômico)

Apêndices C – Entrevista 1 (Secretaria do Desenvolvimento Econômico)

Entrevista 1 (Secretaria do Desenvolvimento Econômico de Bauru)

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

- Sou secretário do desenvolvimento econômico de Bauru. Dentro da minha secretaria a gente criou o Departamento de Turismo, que hoje tem uma turismóloga.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

- Eu visualizo que tem um potencial grande de crescer os eventos de turismo de negócios em Bauru, hoje a gente visualiza qualquer análise de turismólogos e vê que Bauru tem como foco o turismo de negócios, o turismo durante a semana, e a gente percebe que tem um potencial enorme para crescer e ainda poucas ações são feitas com relação aos eventos, tem ações, mas são focadas, específicas, não é nada assim que abrange toda cidade, um evento maior. O potencial é grande, até pela região que a gente está dentro do estado de São Paulo, a gente poderia atrair feiras de turismo de negócios com certeza.

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto à captação de Eventos?

- Nós do Desenvolvimento Econômico estamos fazendo agora todo um trabalho desde a criação das incubadoras novamente em Bauru depois as empresas crescendo e desenvolvendo mini-distritos e depois os distritos com novas leis de distritos e novas áreas para distritos para que o ciclo das empresas cresça dentro da cidade e desenvolva, isso desenvolvendo havendo mais indústrias e mais comércio, normalmente você recebe mais visitas de fornecedores, compradores, aí começa a girar o turismo de negócios e com isso vai movimentar de uma tal maneira a cidade que ela vai precisar de eventos focados para o turismo de negócios, e o que faltaria em Bauru seria um centro de convenções, que a gente traria feiras hoje locadas em São Paulo, capital, para o interior, e Bauru seria uma opção. Tem algumas áreas em Bauru que serviriam como pavilhões de feiras, a gente está vendo ainda, são áreas particulares, tem uma área pública que seria os galpões da ferrovia, que estou estudando desde o começo do ano para se transformar numa área para eventos, convenções e feiras, mas é preciso agora montar um projeto e fazer isso acontecer.

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

- Eu visualizo assim, o turismo como uma possibilidade de desenvolvimento econômico muito grande para a cidade, focando nesta questão, a gente atraindo negócios para a cidade como feiras, conseqüentemente você tem um desencadeamento de pessoas visitando a cidade que vão gerar e consumir muito mais em restaurantes, bares, ocupação de hotéis, isso gera uma riqueza para a cidade, atraindo pessoas de fora e não nós exportando, aí que eu vejo a grande ligação do turismo

com o desenvolvimento da cidade, você vai ser uma cidade referencia para receber turistas que no começo vão ser de negócios, depois a gente pode trabalhar durante o final de semana ou durante a própria semana para ser um turista também de lazer.

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

- De negócios a gente vê a Grand Expo, pela questão da agropecuária e dos leilões que movimentam forte, depois feiras específicas de alguns segmentos, outro evento forte que a gente sempre vê é o evento do quarto de milha, é competição, mas tem negócios também. Tem também muitas visitas de fornecedores nacionais e internacionais dentro das empresas, vê o mercado, visita as empresas de Bauru e região. Esse ano a gente está tentando trazer o máximo de eventos específicos que puder, eu vi que teve o congresso do zoológico, que é um evento mais público, depois vai ter um de fragmentação do solo em maio, que é de engenharia e arquitetura. Falta realmente a gente monta um calendário forte de eventos, claro que você precisa de um centro de convenções para trabalhar em cima, você pode atrair muitos eventos de negócios com vários segmentos de setores.

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

- Na indústria a gente fica sabendo de algumas feiras, alguns eventos específicos de tecnologias, mas pequenos, no comércio algumas feiras, como a Mariá (Setor de malhas) e serviços poucos também.

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

- Hoje a gente tem o Recinto, que seria para eventos grandes, e depois dentro de hotéis, ou no Garden, ou no Obeid, os eventos têm acontecido nesses lugares, ou alguns dentro de associações e poucos dentro de clubes. A gente vai ter um evento agora de artesanato regional do caminho do Centro-Oeste, vai ser agora em maio, a gente vai ter a semana do meio ambiente em junho, vai ficar bem focado em várias áreas da cidade, a gente vai utilizar o auditório do Senac para cursos mais técnicos sobre o meio ambiente.

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

- Além do Centro de convenções e Bauru precisa de mais hotéis, o número de hotéis é baixo para trazer uma feira ou um evento grande, pois tem que acomodar expositores e mais visitantes. No meio da semana está ocupação quase cheia, pelo menos nos grandes hotéis é o que eles me falam, a gente não tem ainda um levantamento total de leitos, há uma dificuldade de fazer o diagnostico, mas a gente vai ter que fazer, então a gente percebe isso, se trazer um evento de um porte um pouco maior vai ter que usar os hotéis regionais.

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

- O grande projeto nosso é criar os postos de informações turísticas (PIT). O PIT já instalado no Poupa Tempo é um modelo, lá não é o local ideal para ele, é uma idéia do que deve ser feito, já temos projetos para colocar em quatro pontos um na rodoviária, um no zoológico, um no aeroporto e mais um embaixo da Avenida Duque de Caxias com a Avenida Nações Unidas, que seria o principal ponto. Nos hotéis também poderia ter displays com vários folders com cada ponto turístico da cidade e nas agências de turismo ter um turismo receptivo também.

Apêndices D – Termo de Consentimento Entrevista 2 (Departamento de Turismo)

Apêndices E – Entrevista 2 (Departamento de Turismo)

Entrevista 2 (Departamento de Turismo de Bauru)

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

- Sou diretora do Departamento de Turismo nessa nova gestão do Rodrigo Agostinho, junto com o secretário de Desenvolvimento.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

- Olha a gente está fazendo um levantamento do trabalho em cem dias de gestão, o Rodrigo até montou um relatório mês passado, a gente está fazendo um levantamento, estudando ainda o que vai vem sendo feito tradicionalmente para daí a gente tentar reformular e com isso estar criando um calendário oficial de eventos com vários segmentos, parte cultural, parte de negócios, para daí movimentar um pouco mais, acho que a gente tem tempo para isso para o nível do calendário que a gente tem hoje.

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto a captação de Eventos?

- O secretario vem trabalhando a questão dos distritos, ele está aumentando, então eu acho que isso vai trazer novas indústrias, novos prestadores de serviços para o município, e com isso a gente vai sentir a necessidade de novos eventos, e aí estar buscando a captação desses eventos por meio de patrocínios ou até mesmo eventos que acontecem hoje fora de Bauru, mas que teria possibilidade de serem feitos por aqui, então a gente está com essa idéia de buscar os eventos para Bauru, por exemplo, vamos colocar Jaú, aqui do lado, tem a feira do calçado que é feita em São Paulo, por que não trazer para Bauru, que é aqui do lado, e tem essa agilidade e facilidade.

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

- Eu acho que hoje ainda não é nada oficial essa visão que todo mundo tem que Bauru é turismo de negócios e eventos, então por isso a gente vai fazer um inventário e aí sim definir realmente o potencial de Bauru, se é negócios a gente vai focar nisso e trazer eventos, porque hoje com as informações turísticas que temos aqui, a gente tem vários eventos, mas nem sempre a gente fica sabendo, que são pontuais, o curso de administração faz a semana da administração, então isso tentar integrar e abrir ao público de uma maneira geral e que isso se torne atrativo, não só acadêmico e com isso trazer essa questão dos negócios, tentar reformular isso aí para dar certo.

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

- A Grand Expo, o Quarto de Milha da BQM, tem agora o espaço empreendedor que é feito junto ao Ciesp, mas que ainda não tem uma tradição como os outros, nesse momento eu acredito que sejam mais esses.

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

- Algumas feiras na parte da indústria, na parte do comércio só a questão da sensibilização envolvendo os feriados, então aí Natal, Páscoa, mas eu não vejo, pelo menos não me recorde de nada mais pontual e serviços a gente vê em contato com alguns hotéis algumas empresas hoje elas preferem trazer o curso ao município, que o custo é menor do que levar vinte funcionários para uma outra cidade, mas também não temos dados de quando e quais empresas fazem isso, eu sei que uma empresa até do Rio Grande do Sul traz o palestrante aqui, para fazer uma reunião regional, aí faz visitas às fazendas experimentais, mas a gente não tem nada disso oficialmente documentado.

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

- Seria o Recinto Mello de Moraes, alguns eventos são realizados no Parque Vitória Régia, alguns em Buffets, salões de médio porte e clubes que recebem muitas feiras, mas ainda a gente não tem um local fixo para que isso seja feito, que seria a construção do centro de convenções.

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

- Acho que essa questão da sensibilidade para qualquer tipo de eventos, não só de negócios, porque hoje até se fala na campanha de um dos vereadores querendo junto a polícia militar desenvolver, e acho que seria o centro de eventos mesmo que fecharia aí, porque a cidade está bem sinalizada, está com a sinalização turística e os totens, acho que nessa parte seria só o centro mesmo para poder atender os eventos maiores, porque os pontuais e menores a gente consegue atender.

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

- Hoje a gente tem o telefone aqui da Secretaria disponível, o e-mail, tem uma sede do PIT, mas é dentro do Poupa Tempo, então nos finais de semana é mais difícil porque lá o funcionamento é até uma da tarde, mas a gente já está com alguns projetos para estar mudando isso para que funcione de final de semana, então nesse primeiro momento a gente fica devendo informações no final de semana, mas a gente está tentando estruturar e mudar isso.

Apêndices F – Termo de Consentimento Entrevista 3 (Bauru e Região Convention & Visitors Bureau)

Apêndices G – Entrevista 3 (Bauru e Região Convention & Visitors Bureau)

Entrevista 3 (Convention & Visitors Bureau Bauru)

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

- Sou presidente do Bauru e Região Convention & Visitors Bureau, vice-presidente da federação paulista do Convention & Visitors Bureau e sou fundadora de ambos.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

- Bom já está consolidado que o fato primordial do turismo em Bauru é turismo de negócios e eventos, isso ainda ter que ser muito trabalhado e vem crescendo dia a dia, a gente tem que trabalhar também a questão da infra-estrutura da cidade, então você tem que ter a logística, como a pessoa chega até a cidade, depois como ela se locomove dentro da cidade, você tem que trabalhar a questão das informações, existe um projeto de sinalização turística também, os estabelecimentos que vão estar recebendo como os hotéis têm que estar investindo, tem que estar atualizando também, se adequando a nova realidade, tem que estar qualificando sua mão de obra, o mercado é muito dinâmico, você não pode parar, se você parar de pedalar a bicicleta você cai, e hoje a concorrência é muito forte, o grande diferencial não é mais preço, o grande diferencial hoje se chama atendimento, e eu vejo que Bauru tem um futuro muito promissor, a gente tem muita coisa engatinhando, parece que agora a população, a comunidade como um todo e também o poder público estão atinando para a questão da localização geográfica e também para a importância dela no estado e no Brasil, estão investindo um pouco mais nisso, tanto que já estamos atraindo outros investimentos, temos mais dois hotéis em construção na cidade, isso justamente vem ao encontro do que a gente está falando que Bauru é uma cidade em ascensão, tem uma potencialidade muito grande e deve ser explorada e justamente por isso a gente não pode deixar de falar da questão de qualificação de mão de obra e da infra-estrutura privada e pública.

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto à captação de Eventos?

- A primeira coisa que a gente precisa fazer é um trabalho de base, que é o seguinte o bauruense precisa conhecer a sua cidade, porque que eu falo isso, porque hoje você conversa com um bauruense e pergunta o que tem na cidade e ele fala nada, isso já é uma desmotivação muito grande para aquela pessoa que veio de fora e está pretendendo investir na cidade, se ela chega e de cara obtém uma informação dessa, qual a primeira coisa que ela faz, ela desmotiva vira as costas e vai embora, então a primeira coisa que eu acho que deve ser trabalhada é essa questão da conscientização do bauruense em relação a sua cidade, ele conhecer sua própria cidade, uma vez feito isso, acho que assim tem que procurar fortalecer uma entidade que trabalha a questão de divulgação da cidade, Brasil afora e estado afora, até no exterior, através das grandes feiras de negócios, para a gente poder estar divulgando nossa cidade, demonstrando que nós somos sim um centro capacitado para estar

recebendo eventos de negócios. A partir do momento que você fortalece essas entidades, você vai então estar desenvolvendo um material de divulgação e assim não é simplesmente, importante a gente falar isso, que eu falo que o marketing tem que ser bem feito não adianta você querer, por exemplo, divulgar o hotel de Bauru dentro da própria cidade de Bauru, porque o bauruense não vai se hospedar no hotel da cidade dele, então o que você tem que fazer, divulgar esse hotel fora de Bauru, tem que fazer a propaganda corretamente, então a partir do momento que você fortalece as entidades que fazem a divulgação, que as entidades eu digo o próprio Convention Bureau, Fiesp, Ciesp, então divulgando a nossa cidade, estamos buscando a atração de novas indústrias, novos comércios para Bauru, e nós buscamos o que, nos buscamos novos eventos, então outras que as pessoas que venham investir em Bauru, porque aquele região, aquela cidade é uma potencialidade naquele evento ou então ela pode estar obtendo um benefício, conhecendo coisas novas por estar realizando aquele evento nessa cidade, hoje Bauru é maior cidade da nossa região Centro-Oeste paulista e o que ela não tem para oferecer para aquele turista a região pode complementar, então eu falo que Bauru é uma cidade que possui uma região que tem tudo para complementar o bem estar do turista que vem aqui, inclusive daqueles que vem fazer tratamentos no hospital do Centrinho, no hospital Amaral Carvalho, a gente já sabe que é bastante dificultoso para aquela pessoa que vem fazer o tratamento tem toda uma carga emocional em cima que a gente precisa também auxiliando, e até é muito interessante que a gente conversou com alguns médicos que isso auxilia na recuperação, porque a depressão acaba piorando o estado da saúde da pessoa, então você levá-la para passear, conhecer coisas novas e diferentes, isso ajuda inclusive na recuperação, então é mais uma questão e isso é reconhecer que turismo de saúde é turismo, turismo é você sair da sua cidade ir para qualquer outro lugar e lá utilizar os serviços que são oferecidos, então transportes, alimentação, hospedagem, isso é fazer turismo, não importa se você vai fazer um tratamento de saúde, você vai se alimentar, você vai se hospedar, você vai usar transporte, só o que muda é o motivo como é tratamento de saúde, turismo de saúde .

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

- Bom a partir do momento que você realiza um evento você está fazendo turismo, porque é exatamente isso que eu acabei de te falar, você está movimentando toda uma infra-estrutura, muitas vezes da cidade toda, você não se limita a um determinado hotel, Bauru hoje não possui um centro de convenções, as salas de reuniões, os centros de eventos que existem estão acoplados a alguns hotéis, e aí o que acaba acontecendo é que a partir do momento que você realiza os eventos, você sedia o evento, que também pode ser realizado nas universidades, depende de quem está organizando, você está movimentando todo o turismo, e o turismo ele gera empregos, ele gera renda, ele gera maior arrecadação de impostos, porque o turismo, a maior parte dos serviços prestados é isso que estou falando, é prestação de serviços, os impostos incidentes sobre prestação de serviços são impostos municipais, então quanto maior o turismo na cidade, maior beneficia a própria cidade vai ter, porque não só emprego e renda que é gerado, você arrecada mais imposto e isso retorna para a população em educação, saúde, limpeza pública, sinalização, então é isso que eu falo o turismo só tem a crescer e hoje a gente fala em indústria do turismo, é a indústria que mais vem crescendo no Brasil, e eu volto a falar Brasil é uma pedra bruta que está sendo lapidada, e Bauru tem um grande diferencial, a gente tem que reconhecer isso e levar em consideração sua localização estratégica no estado e não é a toa que seu slogan é Bauru coração de São Paulo.

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

- Olha a gente tem muita coisa acontecendo na cidade, mas eu falo que os eventos científicos como um todo são muito constantes não só congressos, seminários, simpósios, encontros e outras terminologias cada um se encaixa de uma forma é o que a gente mais tem visto, mas os eventos de negócios a gente tem que levar em consideração também os eventos que as empresas realizam na nossa cidade, então é o lançamento de um veículo novo que foi lançado no mercado e será apresentado aos funcionários de Bauru e região, vai ser feito um treinamento com os funcionários das próprias concessionárias a respeito daquele novo veículo, estratégias de vendas, apresentação de novos produtos, ou então, por exemplo, vai inaugurar uma loja no shopping, e fizeram um trabalho de seleção de funcionários, treinamento, então os eventos de negócios não se limitam aqueles congresso e esse tipo de coisa, é mais amplo envolve aquele empresário que monta um show-room e outras pessoas de outras regiões vem aqui conhecer e a partir daquele show-room não necessariamente tem que ir a feira especializada na cidade de São Paulo, isso também é turismo de negócios.

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

- Olha especificamente, veja bem, teria que ter o calendário. A Ambev, por exemplo, lançou um produto e semana retrasada estava aqui no hotel, ficou três dias aqui no hotel, e assim tinha gente do estado inteiro, não só gente de Bauru. Eles lançaram um produto, um produto que vai entrar no mercado, que ainda não foi lançado, e assim vai, no Natal em Dezembro, chega Outubro as empresas estão fazendo os eventos mostrando os novos produtos da linha de natal, e também tem outros voltados para a páscoa.

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

- Bauru hoje possui capacidade de sediar eventos de todos os portes, a gente tem profissionais qualificados no setor de eventos, temos grandes e bons fornecedores de equipamentos tanto de som e de iluminação, prestadores de serviços de Buffet, a gente tem uma boa estrutura, eu acho que assim Bauru precisa investir mais em qualificação de mão de obra e isso eu falo de uma maneira geral, não vamos nos limitar num segmento, por exemplo, só como garçons, eu acho que como um todo, a própria rede hoteleira, você tem que estar sempre reciclando seus funcionários, isso vai desde a faxineira, da camareira, a governanta, isso é uma questão muito dinâmica, você tem que sempre procurando aprimorar. Eu acho que Bauru tem uma deficiência ainda, existe um projeto, mas ele ainda não está pronto, que é a questão da sinalização, que tem que melhorar e acho que o poder público precisa olhar um pouquinho melhor para o lado de transporte público, então se você está fazendo um evento, por exemplo, houve no Zoológico, foi muito intenso durante uma semana, a gente sabe que tem linhas que vão até o Zoológico, mas teria que ser feito um trabalho de aumentar o numero de ônibus, durante o período, se adequando a demanda existente, é inadmissível, por exemplo, você tem, isso foi um caso que ocorreu, dois anos atrás, o São Paulo veio jogar com o Noroeste, na época Bauru estava muito abandonada em termos de conservação de praças, o mato

estava muito alto, e a gente passou ali pela Octavio Pinheiro Brisola porque o time do São Paulo ia chegar no aeroclube, fretou um avião, e de lá pegaram um ônibus até o hotel e infelizmente eles não levaram uma imagem muito boa da cidade na época porque eles chegaram e passaram pela Octavio Pinheiro Brisola, um mato absurdamente alto, maltratado, a rua cheia de buraco, e eles falaram isso, a gente escutou eles falando ai que cidade feia no hotel, então a gente tem que procurar primar um pouco mais pela conservação principalmente da área pública municipal, assim, tem que ter um pouquinho mais de zelo com a área pública, aí duas semanas depois do jogo eles foram lá e recapearam a avenida e podaram todo o jardim, então eu falo, eles tinham que ter feito isso antes do jogo, não depois, porque o estrago que fez, a imagem ruim já tinha ido, e os jogadores levaram tanto anos para retornar a cidade, dois anos, aí já não são mais os mesmos jogadores e aí vai, é aquela coisa a primeira impressão é a que fica, para você mudar isso vai muito tempo, então se você não esta com seu produto pronto não divulgue ele, porque para você queimar uma imagem é muito fácil e recuperar é muito difícil e vai demorar muito, por isso que eu falo a gente tem que sempre procurar investir em infra-estrutura e qualificação de mão-de-obra são fatores fundamentais sem isso a gente divulgar Bauru e encontrar um cenário desse na verdade a gente vai estar dando tiro no pé.

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

- Bom primeiramente a gente tem que verificar se, independente do local que está sendo realizado o evento, que normalmente ele já está estruturado, o acesso a esse local como está, está bem iluminado, tem segurança pública, por exemplo, o Vitória Régia à noite ele é extremamente escuro, e ele é o cartão postal da cidade isso jamais deveria acontecer, próximo a ele existem diversos meios de hospedagem e diversos meios de alimentação também, é a principal via de entrada na nossa cidade, então são algumas coisas que a gente tem que estar verificando, uma vez me perguntaram, teve uma reunião do plano diretor da cidade e aí me convidaram para estar participando da parte do centro e aí eu fui e foi perguntado que muito foi se falado em fazer turismo no centro da cidade, porque tinha sido recuperado, as faixas, tudo novo e tudo mais, então perguntaram porque não viabilizava o turismo ali, então quando eu fui indagada eu respondi que a questão da iluminação lá é muito deficiente, o asfalto na avenida é muito deficiente, então isso acaba fazendo com que o fluxo muito grande de veículos que deveriam estar circulando pelas demais vias como caminhões, ônibus pelas outras vias, estava prejudicando o comércio, estava prejudicando o próprio asfalto das vias, você não tinha segurança, você vê muita gente abandonada ali, porque falta programas sociais, o desemprego acaba ficando muito nítido ali essas diferenças também, você não tinha, por exemplo, a noite uma coisa que atraísse como a rua vinte e quatro horas em Curitiba, criar todo um clima, uma ambientação para que aquilo tenha vinte e quatro horas de movimento, e é extremamente iluminada, a rua tem uma segurança absurda, e eu não falo só de polícia militar, mas de guarda municipal, tem câmeras de vigilância, os estabelecimentos eles foram preparados para isso, o grande ícone que eu falo que atraiu o turismo para o centro de Bauru a noite principalmente era o Skinão, a partir do momento que ele saiu de lá acabou, se você tivesse apresentações culturais na praça Rui Barbosa e com apresentações culturais no Automóvel Clube de Bauru, tudo bem, mas nós não temos isso, então se a gente não investir e eu volto a falar como um todo em iluminação, em segurança pública, paisagismo, ninguém quer ver nada feio, você não sai da sua casa para ver uma coisa feia, você sai da sua casa para ver uma coisa bonita que vai lhe trazer bem estar, que vai lhe trazer uma satisfação pelo fato de ter saído da sua casa que você está ali tendo uma despesa que é secundária.

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

- Hoje a gente possui um posto de informações turísticas que fica no Poupa Tempo, mas assim, é interessante ele estar lá porque ali é um local onde passam milhares de pessoas diariamente, de pessoas de Bauru e de fora de Bauru, no entanto dentro do próprio Poupa tempo falta você divulgar mais que ali existe um ponto de informações turísticas, então ultrapassado essa fase, creio eu, que a gente deveria ter um posto de informações turístico dentro da rodoviária, que é um local onde entram muitas pessoas, outro lugar, viabilizando o aeroporto de Bauru, deve ser introduzido outro posto de informações ali, existe projeto de um ponto de informações em plena avenida Nações Unidas, este projeto ainda não está arquivado, e é a principal avenida de entrada da cidade, todo mundo passa por aqui, é um cartão postal e isso significaria bastante, e temos aí outras ferramentas de divulgação, o Website, o Website do Convention Bureau está no ar para poder estar divulgando mais a cidade, as atividades, as atrações, o que está acontecendo na cidade, peças teatrais que vão entrar em cartaz ou estão em cartaz, os shows que vão ter, então a partir daí você estar divulgando seu evento e assim sucessivamente, os hotéis geralmente tem um totem com todas as informações da cidade, isso é uma ferramenta muito interessante para você ter no centro da cidade, no shopping, onde tem bastante movimentação de pessoas, precisa ter alguma coisa nesse sentido, um no alameda também, no zoológico, na parte que realmente você um fluxo grande de pessoas, então a gente tem esses dados, a gente sabe que o próprio zoológico recebe inúmeras excursões de cidades vizinhas, de escolas municipais, de escolas particulares e no final de semana e alguns subseqüentes da visita dessas crianças eles notam um aumento do numero de visitantes no zoológico, e a hora que você verifica a placa dos veículos vê que é das cidades que vieram as excursões, então aquelas crianças que pedem aos pais para retornarem e aí querem trazer o irmão, os primos, vizinha, o amiguinho e quando ele vem no final de semana, isso são dados concretos, eles não gastam só no zoológico, eles vão passear na cidade, vão até o shopping, e ali pega um cinema, vai comer mais alguma coisa, então o gasto que isso gera para a cidade é muito grande, o dinheiro que aquela criança traz normalmente gira em torno de cinco a dez reais durante a excursão, quando os pais vêm não gasta menos que cinquenta reais, e ali a partir do momento que a criança traz aquele pai, a mãe, a avó para o zoológico, ah o que vamos fazer depois, vamos dar uma olhadinha no posto de informação.

Apêndices H – Termo de Consentimento Entrevista 4 (Ciesp)

Apêndices I – Entrevista 4 (Ciesp Bauru)

Entrevista 4 (Ciesp)

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

- Sou gerente regional do Ciesp, Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, e também trabalhei na coordenação de um projeto de Turismo para a Região de Bauru que hoje ele já está praticamente alavancado com registro tanto na Secretaria Estadual de Turismo e encaminhado para o Ministério do Turismo.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

- Eu acredito que Bauru é uma cidade extremamente importante principalmente pela logística que ela apresenta em relação ao aeroporto, a questão da hidrovia, as ferrovias e tem também a estação aduaneira que é outro órgão importante que possibilita o desembarço de mercadorias de negócios, e embora a ferrovia ainda esteja desativada para o transporte, é algo que pode se retornar, então eu acho que esse fato logístico vai funcionar muito, a nossa região, não só Bauru, raríssimas cidades do Brasil tem esse entroncamento que Bauru tem, tudo que possibilita o deslocamento e também o transporte de cargas, então isso vai atrair as multinacionais, e o turismo de negócios é assim a pessoa vem o ideal é que ela fique na cidade e não retorne no mesmo dia, que fique mais um ou dois dias e conheçam todos os atrativos da região, isso vai incentivar a rede hoteleira, Bauru na questão da área agropecuária é outro item bastante importante, que traz muito evento não só do Brasil como de fora, mas o principal fator que precisa de muita ação é o logístico mesmo com grandes perspectivas para os próximos dez anos tem tudo para acontecer.

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto à captação de Eventos?

- Bom para o desenvolvimento eu acredito que o que falta para a cidade e para a Região é o Marketing, a cidade precisa ser mais conhecida, divulgada, a imprensa precisa ter um foco mais em divulgar a cidade assim como acontece em Franca, a capital do calçado masculino, Bauru precisa ter uma identidade, por exemplo, capital nacional do vôo a vela, é tido como uma referência, mesmo que não seja só aquele ponto é conhecida nacionalmente e internacionalmente, agora para atrair os negócios no setor de turismo e na área de eventos, é um trabalho de médio a longo prazo, que inclusive um dos nossos projetos, o Circuito Turístico Caminhos do Centro-Oeste Paulista, que ele prevê o seguinte, em uma das fases as agências serão treinadas e habilitadas para fazer a divulgação dos folders, a venda, participando das feiras, tanto no estado de São Paulo com em outros estados, então isso é uma consequência, hoje o projeto ele está na fase de treinamento e qualificação dos estabelecimentos, hotéis, restaurantes, atrativos turísticos, enquanto esses locais não estiverem preparados e treinados para receber o turista, não adianta começar a comercializar, a previsão do projeto é até o final de 2010, é ter essa etapa de vendas pelas agências já estabelecida, esse projeto já

faz três anos que a gente desenvolveu com todos os prefeitos da região já na gestão anterior, já se envolveu a comunidade, fazendo encontros, palestras, e isso ainda está acontecendo, então é um processo que tem que nascer da base do cidadão, da população e das lideranças da cidade, e a partir daí a venda depois vai ser uma consequência natural.

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

- Eu acho que um está intimamente interligado com o outro, você imagina hoje a rede hoteleira, ela recebe tanto o turista que vem passear quanto também os que vem fazer negócios, então você vai organizar, por exemplo, um fórum, vamos imaginar que Bauru é centro da área de saúde, tem o Centrinho, tem a Funcraf, tem o Tânia Marque, a quantidade de cientistas que vem realizar encontros técnicos e profissionais praticamente são todos os dias que isso acontece, então ao mesmo tempo que isso é um evento que acontece, são pessoas que podem ficar na cidade, então eu acredito que o evento atraia mais o turismo, eu acho que a seqüência é essa, do que o turismo atraia o evento, então eu acho que esta intimamente ligado um com o outro.

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

- Eu acho que são simpósios, congressos em função dessa questão da área da saúde, das universidades, eu acho que esse é o ponto principal que mais ocorre, depois nós temos em segundo lugar ficaria os eventos agropecuários e em terceiro eu vejo as regionais de grandes centro como telefônica, como correios, algumas multinacionais, então tem aqueles encontros de formação de representantes de vendas, representantes comerciais, então, por exemplo, os hotéis mais no centro da cidade a maior lotação são de representantes comerciais, então eu acho que seria isso primeiro a área da saúde com a questão dos congressos científicos, depois a agropecuário e depois o empresarial.

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

- Nós tivemos a Feicop, que foi uma feira de negócios que aconteceu no Sagae, nós tivemos a feira imobiliária que acontece há dois anos no BTC, essa feira movimentou Bauru de uma forma, tanto na questão do marketing, o que Bauru recebeu de investimentos na área imobiliária nos últimos dois anos é algo fantástico, os leilões também, que embora tem aquele evento festivo para a população, por trás o que se gira de recursos com a venda do gado é algo assim impressionante, eu vejo esses três nos últimos anos como mais importantes.

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

- A rede hoteleira é uma delas, embora ainda haja espaço para mais investimento, o que eu acredito que carece para a cidade é o centro de convenções, esse é o ponto principal onde nós poderíamos estar trazendo partes de grandes feiras que acontecem em São Paulo e no estado aqui para a região, os locais que temos são mais para festas, confraternizações, mas não assim um Anhembi, algo assim bem maior, o que acontece São Paulo está congestionado, então a Franca (feira de calçados), por exemplo, ela precisa ser agendada com anos de antecedência para ter o espaço garantido, então parte dessas feiras poderiam ser realizadas aqui no interior, até pela localização e pelo fator logístico que eu comentei, eu acredito que isso vai acabar acontecendo aí nos próximos anos, mas é o ponto principal, nem Bauru nem a região tem um local para que a gente possa dizer que estamos preparados para um evento de grande porte, então aí que entra a questão do marketing da cidade para atrair investimento, precisa vir investidores de fora, que deslumbrasse o negócio para se instalar na cidade, fora isso alimentação, apoio de tecnologia, de áudio-visual, tudo que é necessário em termos de infra-estrutura, tirando a questão do espaço, Bauru tem, acho que não fica devendo para ninguém, profissionais qualificados em função das faculdades, então tem muita gente boa, então só falta o local e os promotores do evento.

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

- Além do que já comentamos, eu acredito que assim precisaria ter um incentivo maior do estudo de línguas, tanto na sinalização do município, que isso vai acabar acontecendo dentro daquele projeto que eu falei do caminho do centro-oeste paulista, mas não é só isso, as empresas, aeroporto, rodoviária, os restaurantes, eles já teriam que começar a se preparar para ter cardápio em inglês e espanhol, indicação de acesso ao banheiro, pelo menos os pontos principais já tem que começar a pensar nisso, é a consequência, Bauru tem uma colônia muito grande de Japoneses, vem muitos japoneses, por exemplo, jogar golfe, então quer dizer, precisaria ter o estudo da língua japonesa que tivesse uma equipe para recepcionar de uma forma melhor, hoje não existe, é um ponto que precisa ser melhorado, mas é claro que uma coisa depende da outra, conforme for tendo demanda os profissionais vão se preparando para isso, acredito que para forçar um pouquinho e acelerar os próprios estabelecimentos poderiam começar se preparar.

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

- Eu acho que os hotéis são extremamente importantes para que tivesse uma folhetaria disponível nos quartos, os restaurantes também, para que um se integre com o outro, teria que ter essa divulgação de uma forma quase que espontânea, aceitar receber folhetaria para poder divulgar, a prefeitura já preparou algum material, que fica no Poupa tempo, o PIT, na rodoviária também vai ter outro PIT, mas precisa ampliar os pontos onde tem essa folhetaria, e eu acredito como consequência disso as agências também vão poder ajudar bastante, que inclusive como eu comentei na terceira fase do nosso projeto elas serão preparadas e convidadas a se tornarem receptivas, precisará ter uma van que vai buscar, que leve, que pegue na porta do hotel, que leve até Jaú, até Lençóis Paulista, e tem locais muito bonitos, em Lençóis, por exemplo, eu fui visitar a Rocinha, que quase ninguém sabe é uma plantação de uva, e é fabricado o vinho artesanal, além de ser um local muito bonito tem toda uma história, é um negócio, e o que nós queremos é que todos os artesãos transformem aquilo em um negócio mesmo, num produto que tenha valor agregado. Quando alguém pergunta, eu já ouvi várias vezes, Bauru não tem nada ou a região não tem nada, então a gente tem que combater essa fala, quem

fala é porque não acredita no sonho, quem fala isso precisa ser mais reservado e cuidadoso, porque uma fala dessa se for uma pessoa influente ela multiplica aquele pensamento, então existe um trabalho que está sendo construído, e todas as pessoas, alunos, professores precisam entrar numa sintonia de discurso que fale não, ainda não temos, mas estamos nós preparando para isso.

Apêndices J – Termo de Consentimento Entrevista 5 (Comtur)

Apêndices K – Entrevista 5 (Comtur)

Entrevista 5 (Comtur)

IDENTIFICAÇÃO

Identificação do cargo e sua função.

- Sou vice-presidente do Comtur, e representante da OAB.

O MERCADO DOS EVENTOS EM BAURU

Na sua opinião, qual a situação atual do mercado de Eventos de Negócios em Bauru e suas perspectivas para os próximos anos?

- Na verdade esse diagnóstico para identificar que Bauru tem como mercado de turismo, o de negócios, foi feita há anos, no primeiro ano do Comtur fizeram esse diagnóstico e chegaram nessa conclusão, que Bauru deveria trabalhar o turismo de negócios, pela sua própria vocação, localização estratégica, porém esses dados foram muitos amadores, não tem um trabalho direcionado para explorar esse mercado, ele aconteceu no meu ponto de vista de uma forma natural, por vontade própria, não houve um direcionamento nesse sentido, ele acabou tendo esse foco por sua situação socioeconômica, pela sua localização, o fato de estar num ponto geográfico privilegiado se tornou essa cidade com essa vocação, mas infelizmente não existe um trabalho voltado para explorar ou fomentar o turismo de negócios e eventos em Bauru, o que acontece é, a perspectiva que o próprio Comtur tem é que essa evolução com critérios comece a se dar agora, que existe um interesse muito maior, até da administração pública municipal e estadual, com alguns projetos para estar se desenvolvendo nesse sentido, como o Caminho do Centro-Oeste, para tentar profissionalizar o município no sentido de atrair os eventos e atrair os turistas de negócios.

Quais ações você acredita que poderiam ser realizadas para impulsionar os negócios (indústria, comércio e serviços) no município e ainda o que poderia ser feito para melhorar o desenvolvimento do setor quanto à captação de Eventos?

- Bauru carece de infra-estrutura, o grande problema aqui é a infra-estrutura, você pode verificar que quando precisa fazer um evento grandioso não existe infra-estrutura pública, a administração não tem condições de disponibilizar um espaço, os espaços que possuem são precários e da iniciativa privada, no meu ponto de vista falta muita infra-estrutura, a partir daí falta qualificação de pessoal, que não existe, existe um grande trabalho nesse sentido de tentar fazer que a qualificação se de, mas é muito precário. O Comtur solicitou agora e a prefeitura vai fazer um diagnóstico do que Bauru possui efetivamente em termos de números de leitos, de hotéis, verificar qual a capacidade do município para realização eventos grandiosos, na reunião do Comtur do mês retrasado, a Associação da diversidade pretende fazer novamente a Parada da Diversidade, e eles tem receio do município não ter estrutura para recepcionar o público que eles almejam, algo em torno que eles falaram em 70 mil pessoas, e por essa falta de diagnóstico eles não sabem se podem trabalhar com esse número de pessoas, pois não sabe se Bauru vai comportar, se as vias públicas vão conseguir suportar esse público, se você vai ter abastecimento de água suficiente para esse público, se vai ter hotel, se vai ter segurança para poder recepcionar esse número de pessoas, então quer dizer, é uma total falta informação, falta infra-estrutura física, infra-estrutura logística, e faltam os dados que a prefeitura

nunca teve interesse em levantar esse tipo de coisa, o Comtur trabalhou muito no sentido de tentar fomentar a origem do Convention, porque o Comtur por ser um órgão meramente consultivo, ele não pode fazer nada, o Comtur só pode opinar, sugerir, dar idéias, mas ele não pode arregaçar as mangas e fazer as coisas, então o que ele brigou muito, tentou sensibilizar todos os setores do município que são envolvidos com o turismo para que eles criassem o Convention, porque o Convention por ele ser um órgão de entidades privadas, ele poderia alavancar esse tipo de coisa, ele poderia sensibilizando seus sócios e associados a esse tipo de atividade, mas o que aconteceu, o Convention foi criado só que ele até agora não supriu essa falta, ou seja, o Comtur não podia fazer porque ele tem uma vocação meramente consultiva, o Convention foi criado na iniciativa privada para que ele pudesse realizar e não realizou, voltou tudo para as costas do poder público, o poder público até recentemente não tinha pré-disposição porque alegava falta de recursos, mas o que a gente sentiu num primeiro agora é que existe uma pré-disposição, e o Comtur autorizou e anuiu recentemente uma proposta da prefeitura de fazer esse diagnóstico, vão realizar a contratação de uma empresa especializada no assunto para poder ter um diagnóstico local, tanto de Bauru quanto dos distritos que têm veículos para poder verificar a possibilidade de desenvolver os setores de turismo do município.

Qual a ligação que você faz entre os Eventos e o Turismo?

- Na verdade o evento atrai o turista, na verdade o que acontece quando se verificou que a vocação era turismo de negócios, conclui-se que o nosso turismo é receptivo, então a partir do momento que eu trago o estrangeiro para cá, as pessoas de outros municípios, outros estados e até outros países, para participar dos eventos locais, congressos, até mesmo por conta das universidades, das empresas que atuam aqui, você traz o indivíduo para cá e a partir do momento que ele participou daquele evento que era o fim dele, ele precisa ter outras atividades e aí que está a grande deficiência, não tem essas atividades ordenadas, a gente não conseguiu ainda estabelecer roteiros para esses turistas, então eles vêm ao município e acabou o evento o que eles vão fazer, eles não sabem quais são os estabelecimentos que oferecem tais serviços, se tem teatro, onde está esse teatro, o que esse teatro oferece, ele não sabe nem se tem teatro, ele não sabe se tem cinema, onde é o cinema, que filme que o cinema está ofertando, se tem restaurante, que restaurante que tem, o que esse restaurante oferece, ele não tem o pós-evento, não tem após a vinda dele o que fazer e esse é um mercado que a gente está perdendo por falta de organização, por falta de informação. O Comtur está brigando muito por isso, mas com as limitações que ele tem, meramente consultivo, ele não pode fazer, ele está tentando desenvolver atividades como, por exemplo, a agenda de eventos gerais do município que partiu de uma idéia do Comtur, a idéia é muito singela está no site da prefeitura, não tem um site próprio, não tem um chamariz, mas já é uma semente, um embrião, que o próprio Comtur criou uma comissão interna para tentar desenvolver uma forma de transformar essa agenda em algo que comece como instrumento de consulta, então tentar sensibilizar tanto as pessoas para começar alimentar esse site com informações como incentivar as pessoas a buscarem o site para informações, então alimentar e consumir, por meio da consulta aquelas informações, o Comtur está fazendo o papel dele, de forma muito discreta, mas está fazendo, criando o certificado do sanduíche Bauru, justamente para tentar fazer a divulgação do município, e até é uma forma que a gente encontrou que pelo menos esse símbolo do município, a gente está mostrando onde tem, então o Comtur tem auxiliado a construção do site específico do sanduíche, criou o processo de certificação, criou os estabelecimentos certificados, eles podem utilizar isso e fazer seu chamariz, mas são condutas isoladas, não tem um sistema harmônico já criado para poder fomentar.

REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM BAURU

Quais os tipos de eventos de negócios (feiras, congressos, exposições) que mais ocorrem em Bauru?

- *Mais congressos, exposições são raras, as que acontecem são periódicas e anuais, agora o que acontece com maior frequência até mesmo pela vocação universitária são os congressos.*

Cite alguns eventos que ocorreram na cidade de Bauru nos últimos anos nos setores abaixo:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

- *No setor de serviços tem a feira imobiliária que sempre tem é anual, com relação ao gado tem as feiras e exposições de gado que acontece organizado pela Arco e Associação do Cavalo Paint, da indústria não consigo me lembrar, são eventos mais fechados, talvez organizados e desenvolvido pelo Ciesp, mas não consigo te dizer nenhum específico.*

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA DE BAURU

Que infra-estrutura o município de Bauru dispõe para a realização dos Eventos de pequeno, médio e grande porte?

- *Nós não temos infra-estrutura pública, tudo que tem é privado, por exemplo, as exposições e grandes shows necessitam ser realizadas no Recinto que pertencem a uma associação, eventos e feiras não tão grande tem utilizado o espaço da Luso ou do BTC, como no caso da Feimob, então são sempre em espaços particulares e não são espaços criados especificamente para essa finalidade, são espaços adaptados, você tem aquele espaço que é de um clube e que aí você vai lá e utiliza para isso, não tem um centro de exposições, não tem um centro de convenções, onde são realizados são adaptações de prédios que já existem.*

O que você sugere como melhorias de infra-estruturas para serem implantadas em Bauru em função dos Eventos de Negócios?

- *É difícil você mensurar, por exemplo, em São Paulo você tem o Anhembi, que é um mega espaço, um mega espaço daquele seria útil em Bauru, sim, para um ou outro evento, mas seria útil para todo e qualquer evento, não, para eventos menores ele não seria adequado, precisa fazer uma análise qual o público dos eventos e quais são os eventos que são realizados para poder dizer que precisa disso ou daquilo, precisa primeiro de um levantamento do que acontece para poder direcionar o que cobrar do poder público, ou que pedir para iniciativa privada trabalhar em cima, por exemplo, a gente sabe que o Recinto Mello Moraes é ótimo para realização dos eventos dele, porque ele é voltado para aquele tipo de exposições, agora outros tipos de eventos é difícil dizer.*

Como os turistas que vem para a cidade por causa dos eventos podem obter informações para utilizarem mais a infra-estrutura de turismo (direta e indireta) como teatro, museu, zoológico, bares, restaurantes, etc, em seu tempo ocioso no município?

- *Até pouco tempo não existia nada, hoje a gente tem para coleta de informações para terceiros o PIT, que fica onde, no Poupa Tempo, quer dizer, existe um ponto para obtenção de informações, mas o PIT está num local de difícil acesso, como que o visitante vai imaginar que dentro do Poupa Tempo existe*

um posto de informações turísticas, então eu já tenho um ambiente hábil para dar informação, mas deslocado, não no local apropriado, aí foi feito recentemente a instalação dos totens, aqueles totens de localização de pontos no município, que está instalado na rodoviária, está instalado na batista de Carvalho e está instalado no Shopping, mas ele diz onde está o local, ele não está dizendo o que tem, naquele totem você consegue descobrir onde está o zoológico, onde está o shopping, onde está o museu ferroviário, onde está a USP, onde está a USC mas você não consegue saber o que está tendo lá, é um totem de localização geográfica, não é um totem de informação precisa de eventos, ou do que fazer nesses locais, então quer dizer o PIT é uma idéia diferente, mas ele precisa estar mais bem alocado, ele tem que ta no local de fácil acesso, ele tem que estar na entrada do município, ou na porta de entrada como no aeroporto ou na rodoviária, onde o turista vai entrar, então o caminho a principio seria esse o ponto de informação, eu sou um turista, por exemplo, em Ponta Grossa a primeira coisa que você no trevo de entrada da cidade é posto de informações turísticas, e em diversos outros municípios, por exemplo você está em Santos, você vê vários indicativos de postos de informações turísticas, e nós não temos esse informativo, além de não ter o PIT em lugar adequado não tem placa de indicação, não tem nenhuma placa de sinalização norteando para chegar no PIT ou chegar em determinado local, pelas placas locais eu consigo chegar no Fórum, eventualmente chegar em uma ou outra universidade, mas ele não me leva a todos os pontos e nem me diz que aquilo é um ponto turístico, então falta isso, falta um conjunto de elementos básicos de informações, que seriam as placas e uma relocação do posto de informações turísticas, o PIT, tem que estar num local adequado, não que no Poupa Tempo não seja um bom local, mas é um local adicional, não que seja o principal.